



# IHK-Handelsreport Ruhr 2018

**Ruhr IHK** Industrie- und Handelskammern  
im Ruhrgebiet

# **IHK-Handelsreport Ruhr 2018**

## **der Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet**

erstellt im Auftrag der federführenden Industrie- und Handelskammer zu Dortmund durch die

### **BBE Handelsberatung GmbH**

Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln

Tel.: 0221 78941-160

Fax: 0221 78941-169

E-Mail: [info@bbe.de](mailto:info@bbe.de)

[www.bbe.de](http://www.bbe.de)

Dortmund, im Oktober 2018

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Vorwort</b>	<b>05</b>
<b>2</b>	<b>Einzelhandelssituation im Ruhrgebiet 2018</b>	<b>06</b>
2.1	Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft	06
2.2	Angebotsstrukturen im Überblick	06
2.3	Regionale Unterschiede	12
2.4	Standort- und Zentrenentwicklung	20
<b>3</b>	<b>Einzelhandelstrends im Fokus</b>	<b>25</b>
3.1	Entwicklungen in der Möbelbranche	25
3.2	Digitale Sichtbarkeit des stationären Handels	26
<b>4</b>	<b>Anhang – Zahlen und Fakten</b>	<b>29</b>



# 1 Vorwort

Die Entwicklung der Handelslandschaft in der Metropole Ruhr ist und bleibt ein wichtiges Thema für die Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet.

Dabei stehen die IHKs für lebendige und attraktive Innenstädte und Stadtteilzentren. Diese können nur durch das orchestrierte Zusammenspiel von Einzelhandel, Gastronomie, Verwaltungseinrichtungen und Kultur- und Freizeitangeboten florieren. Die Verbraucher goutieren nicht nur die Vielfalt und Qualität des Angebotes, sondern städtebaulich hochwertige Gestaltung, Aufenthaltsqualität und attraktive Veranstaltungen. Diese weichen Wohlfühlfaktoren werden zunehmend zu harten wirtschaftlichen Argumenten, um Verbraucher weiter in die Städte zu ziehen und den Einkaufsummel vor Ort zum Erlebnis werden zu lassen. Denn die virtuelle Konkurrenz im Internet hat an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr geöffnet und ist nur einen Mausklick oder eine minimale Wischbewegung auf dem Smartphone entfernt.

Eine besondere Herausforderung für den Handel und für unsere Zentren ist aber nicht nur die Digitalisierung, sondern sind auch die Entwicklungstrends der stationären Betriebsformen des Handels. Insbesondere die großflächigen Handelsbetriebe prägen und verändern die regionalen und lokalen Standortstrukturen in hohem Maße, denn noch werden ca. 90 Prozent des Einzelhandelsumsatzes in Ladengeschäften erwirtschaftet – Tendenz: abnehmend.

In den vergangenen beiden Jahren hat die Entwicklung des Einzelhandels im Ruhrgebiet keine Pause eingelegt: Sowohl die Zahl der Betriebe als auch die Verkaufsfläche haben saldiert seit 2016 – wenn auch moderat – zugenommen. Mit 7,05 Mio. m<sup>2</sup>

Verkaufsfläche wird erneut ein Höchststand im Untersuchungsraum erreicht – trotz wachsender Marktteile des Onlinehandels.

In diesem Jahr nimmt der Handelsreport erneut zwei Schwerpunktthemen in den Fokus: Die Entwicklung in der Möbelbranche und die digitale Sichtbarkeit des stationären Handels.

Im Möbeleinzelhandel stehen die Zeichen im Ruhrgebiet auf Flächenexpansion, sei es durch Erweiterung oder noch häufiger durch Neuansiedlung. Die Betreiber großer Möbel- und Einrichtungshäuser liefern sich einen harten Kampf um Marktanteile. Fusionen und Aufkäufe kennzeichnen das Geschehen. Aufgrund der schieren Größe der einzelnen Ansiedlungsvorhaben sind diese oft Gegenstand heftiger Auseinandersetzungen zwischen den Kommunen.

Wegen des zunehmenden Einsatzes digitaler Endgeräte bei der Vorbereitung und der Durchführung der Einkaufsentscheidung ist es für alle Anbieter wichtig, digital „sichtbar“ zu werden. Dabei darf die Attraktivität der Geschäfte vor Ort mit einer ansprechenden ganzheitlichen Ladengestaltung nicht außer Acht gelassen werden.

Mit dem vorliegenden Handelsreport Ruhr 2018 wollen die IHKs einen weiteren wichtigen Beitrag für die sachliche Diskussion, aber auch die konkrete Arbeit von Wirtschaft, Politik und Verwaltung vor Ort geben.

Nutzen sie den Handelsreport für Ihre Praxis und setzen Sie sich gemeinsam mit den IHKs im Ruhrgebiet für eine stadt- und regionalverträgliche Entwicklung der Einzelhandelslandschaft und für eine Stärkung unserer Zentren ein.

Heinz-Herbert Dustmann  
Präsident  
IHK zu Dortmund

Stefan Schreiber  
Hauptgeschäftsführer  
IHK zu Dortmund

## 2 Einzelhandelssituation im Ruhrgebiet 2018

### 2.1 Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft

Als Grundlage für den IHK-Handelsreport Ruhr wurde im Zeitraum Juni bis Juli 2018 zum achten Mal seit 2009 eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 650 m<sup>2</sup> („650+“) in den sechs IHK-Bezirken des Ruhrgebiets durchgeführt. Die Untersuchung erstreckte sich damit nicht nur auf das Gebiet des Regionalverbands Ruhr (RVR), sondern auch auf den Kreis Kleve und den Märkischen Kreis.

In diesem Untersuchungsraum leben 5,84 Mio. Einwohner<sup>1</sup> in insgesamt 84 Kommunen, darunter die kreisfreien Städte Bochum, Bottrop, Dortmund, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Hagen, Hamm, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen sowie der Ennepe-Ruhr-Kreis, der Kreis Kleve, der Märkische Kreis sowie die Kreise Recklinghausen, Unna und Wesel. Die Bevölkerungszahl ist zum Stichtag 30.06.2017 nochmals gestiegen und liegt um rd. 55.250 Einwohner (+1,0 %) über dem Stand zum Handelsreport Ruhr 2016.

Absolut am stärksten gewachsen sind die Stadt Duisburg sowie die Kreise Kleve und Wesel. Auch in den übrigen Kreisen ist durchweg ein Bevölkerungswachstum festzustellen, wobei im Märkischen Kreis nur eine geringe Zunahme der Bevölkerung von weniger als 200 Einwohnern zu verzeichnen ist. Innerhalb der Kreise finden sich sowohl wachsende als auch schrumpfende Kommunen, sodass kein eindeutiger Entwicklungstrend abzulesen ist. Insgesamt liegt die Bevölkerungszahl um rund 86.000 Einwohner niedriger als bei der ersten Untersuchung zum IHK-Handelsreport 2010.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet erreicht im Jahr 2018 einen Wert von 102,2 % des Bundesdurchschnittes – in absoluten Zahlen 6.599 € pro Kopf der Bevölkerung gegenüber 6.459 € in Deutschland insgesamt.<sup>2</sup> Dabei sind deutliche regionale Unterschiede festzustellen: Zwischen den Städten und Landkreisen schwanken die Kaufkraftniveaus zwischen 90,2 (Gelsenkirchen) und 111,1 (Mülheim a. d. R. und Ennepe-Ruhr-Kreis).

Die Bevölkerung im Untersuchungsraum verfügt über ein jährliches Einkaufsbudget von rd. 38,5 Mrd. €. Dieser Wert liegt nominal deutlich über

dem von 2009 (rd. 32,8 Mrd. €). Unter Berücksichtigung der in diesem Zeitraum relativ moderaten Inflation ist das Marktpotenzial für den Einzelhandel real kaum gewachsen.<sup>3</sup> Gegenüber 2016 hat es eine geringfügige Erhöhung der verfügbaren Pro-Kopf-Ausgaben gegeben. Damit ist das Kaufkraftpotenzial insgesamt bei leicht gestiegener Bevölkerungszahl nominal um rd. 2,3 Mrd. € gewachsen.

### 2.2 Angebotsstrukturen im Überblick

Die Einzelhandelsstandorte im Ruhrgebiet stehen weiterhin unter sehr hohem Veränderungsdruck. Ursache dafür ist nicht nur die seit vielen Jahren sprichwörtliche Dynamik der Betriebsformen („Handel ist Wandel“), sondern auch der wachsende Onlinehandel. Vielfach werden inzwischen jedoch nicht mehr vollkommen neue Standorte erschlossen, sondern stattdessen bestehende Immobilien nachgenutzt und zum Teil in größerem Umfang neu konzipiert.

Insbesondere bei Lebensmittelmärkten haben bei nahezu unveränderter Verkaufsfläche auch einige Betreiberwechsel stattgefunden. Darunter fallen mehrheitlich Edeka-Märkte, bei denen der Händler gewechselt hat (u. a. in Essen) sowie die Umfirmierung von Kaiser's/Tengelmann zu Edeka oder Netto sowie Kaufpark zu Rewe – Ihr Kaufpark. Auch bei den Neueröffnungen dominieren Lebensmittelmärkte mit rund einem Drittel aller Betriebe. Ansonsten sind größere neue Objekte der Möbelmitnahmemarkt Poco (Essen), der Fahrradfachmarkt 2Rad Stadler (Essen) sowie das Textilkaufhaus SinnLeffers (Hagen). Die insgesamt größte Neueröffnung ist der Hagebaumarkt Ziesak in Bochum mit knapp 21.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Verkaufsflächenerweiterungen sind vor allem bei Lebensmittel-Discountern (meist Aldi, Lidl, Netto) festzustellen. Umfangreichere Erweiterungen mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> neuer Verkaufsfläche konzentrieren sich auf Bau- und Gartenmärkte in Goch, Menden, Hamm und Lüdenscheid.

Auf der anderen Seite sind seit der letzten Erhebung auch einige Betriebe geschlossen worden, für die noch keine Nachnutzung gefunden wurde und die derzeit leer stehen. Zu den größten Betriebsaufgaben mit mehr als 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gehören die Möbelmärkte Finke (Oberhausen)

<sup>1</sup> Stand: 30.06.2017 IT.NRW

<sup>2</sup> Quelle: MB Research

<sup>3</sup> Laut Statistischem Bundesamt haben sich die Einzelhandelspreise (als Teil der Verbraucherpreise) im Zeitraum 2009 bis Juli 2018 um insgesamt rd. 10 % erhöht. Die Verbraucherpreise (einschließlich Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur) sind sogar um rd. 13 % gestiegen.

und der Wohnpark Xanten sowie der Altstandort des zwischenzeitlich verlagerten Hagebaumarktes Ziesak (Bochum).

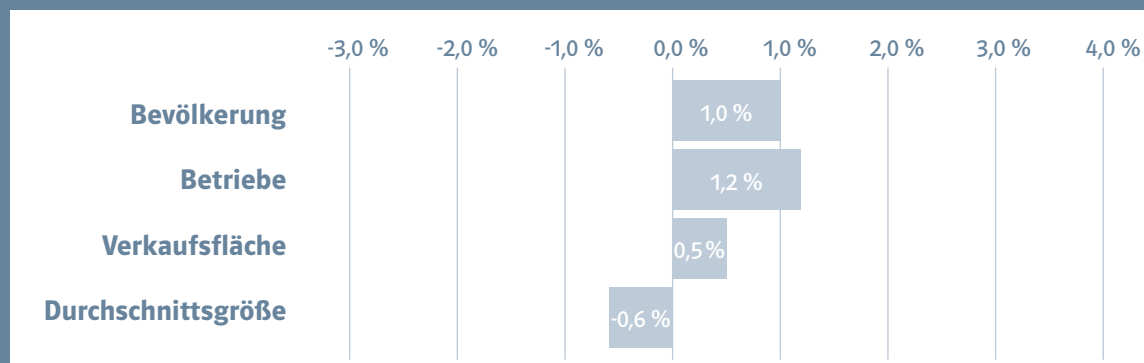
Weiterhin sind auch in einigen Innenstädten größere Ladeneinheiten aufgegeben worden, wie z. B. das Warenhaus Karstadt (Recklinghausen), das Boecker Mode-Center (Dortmund, Hagen), Sport Scheck (Essen), das Alfemo Home Concept (Duisburg) und einige weitere vor allem im Textil- und Sportsegment. Schließlich gab es auch unter den kleinflächigen Lebensmittelmärkten einige Betriebsaufgaben.

Insgesamt wurden im Zeitraum Juni bis Juli 2018 im Untersuchungsraum 3.712 Betriebe ab 650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erfasst. Dies entspricht gegenüber 2016 einem Zuwachs um 43 Betriebe. Damit ist der bisher höchste Stand seit Beginn der Erhebungen 2009 erreicht. Hinsichtlich der Anzahl der Betriebe ist besonders bei Drogeriemärkten und Betrieben ohne besonderen Sortimentsschwerpunkt (meist Sonderpostenmärkte und Nonfood-Discounter) Wachstum zu verzeichnen. Verkaufsflächenwachstum sind vor allem bei den Branchen Nahrungsmittel und Genussmittel und Bau- und Gartenbedarf festzustellen, was auf die erwähnten Erweiterungen und größere Neuansiedlungen zurückzuführen ist.

Hinsichtlich der Verteilung der Betriebe nach Größenklassen ist der größte Zuwachs mit rd. 70.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und 56 Betrieben im Saldo in der Klasse 800 bis 1.500 m<sup>2</sup> festzustellen. Wesentliche Ursache ist die Expansion der Lebensmittel-Discounter, die nach Erweiterung i. d. R. die Großflächigkeit überschreiten.<sup>4</sup> Entsprechend zeigt sich bei den kleinsten erfassten Betrieben (650 bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit einem Minus von 19 Betrieben der stärkste Rückgang gegenüber 2016.

Die insgesamt erfasste Verkaufsfläche ist seit Veröffentlichung des letzten Handelsreports weitestgehend stabil geblieben und liegt bei rd. 7,05 Mio. m<sup>2</sup>, damit nur 0,04 Mio. m<sup>2</sup> höher als 2016. Die Zahl der großflächigen Betriebe ist um 62 auf nunmehr 2.343 gestiegen, ihre gesamte Verkaufsfläche um 0,05 Mio. m<sup>2</sup> auf 6,04 Mio. m<sup>2</sup>. Das Verkaufsflächenwachstum ist somit ausschließlich auf großflächige Betriebe zurückzuführen. Die mittlere Verkaufsfläche aller erfassten Betriebe ist mit 1.899 m<sup>2</sup> (gegenüber 1.911 m<sup>2</sup> in 2016) geringfügig gesunken.

## Einzelhandelsentwicklung „650+“ im Untersuchungsraum 2016 – 2018



→ BEVÖLKERUNG WÄCHST ERNEUT LEICHT, VERKAUFSFLÄCHE STABIL, GERINGERE DURCHSCHNITTSGRÖSSE

<sup>4</sup> Laut Bundesverwaltungsgericht (BVerwG 4 C 10.04 vom 24.11.2005) ist ein Einzelhandelsbetrieb großflächig i.S. von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn seine Verkaufsfläche 800 m<sup>2</sup> überschreitet.

Bezogen auf die Bevölkerungszahl ergibt sich im Untersuchungsraum eine Ausstattung mit Betrieben „650+“ von rd. 1,21 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner. Die Bevölkerung ist dabei etwas stärker gewachsen als die Verkaufsfläche, in beiden Fällen zeigt sich aber nur eine relativ geringe Dynamik.

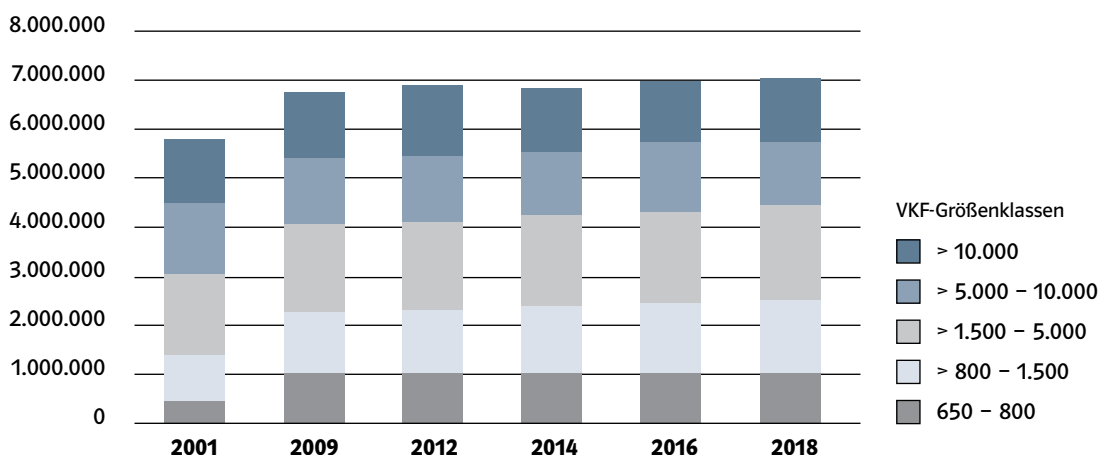
Zusammen mit den hier nicht erfassten kleineren Betrieben (unter 650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) kann – auf Basis vorliegender Vollerhebungen aus einem großen Teil der Kommunen des Untersuchungsraumes – vorsichtig auf eine Gesamtverkaufsfläche in Höhe von nunmehr 9,4 Mio. m<sup>2</sup> (1,61 m<sup>2</sup> je

Einwohner) geschlossen werden. Sowohl die Gesamtverkaufsfläche als auch die Verkaufsfläche je Einwohner liegen unter dem Wert von 2016. Im Untersuchungsraum wird somit eine im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 1,5 m<sup>2</sup> je Einwohner) höhere quantitative Einzelhandelsausstattung erreicht.<sup>5</sup>

Etwa 75 % des gesamten Einzelhandels im Untersuchungsgebiet entfällt auf die Betriebe mit mehr als 650 m<sup>2</sup>, was einem leichten Zuwachs gegenüber 2016 (73 %) entspricht.

## Anteile der Verkaufsflächen-Größenklassen in m<sup>2</sup> im Untersuchungsraum 2009 – 2018, bezogen auf die Gesamtverkaufsflächen

Mio. m<sup>2</sup> VKF



### → STABILE ENTWICKLUNG IN ALLEN GRÖSSENKLASSEN

Die flächenmäßig größten Betriebe sind die Möbelhäuser Ostermann (Bottrop, Witten) und Hardeck (Bochum). Ebenfalls zu den größten Betrieben zählen nach wie vor die Warenhäuser Karstadt und Galeria Kaufhof, darunter insbesondere die beiden Karstadt-Häuser in der Innenstadt von Dortmund und im Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim a. d. Ruhr.

Die 100 größten Betriebe verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von 1,55 Mio. m<sup>2</sup> (1,54 Mio. m<sup>2</sup> in 2016), was einem Anteil von rd. 22 % der Einzelhandelsbetriebe „650+“ entspricht. Insgesamt wird das Ranking der flächengrößten Betriebe stark von Möbel- und Einrichtungshäusern sowie

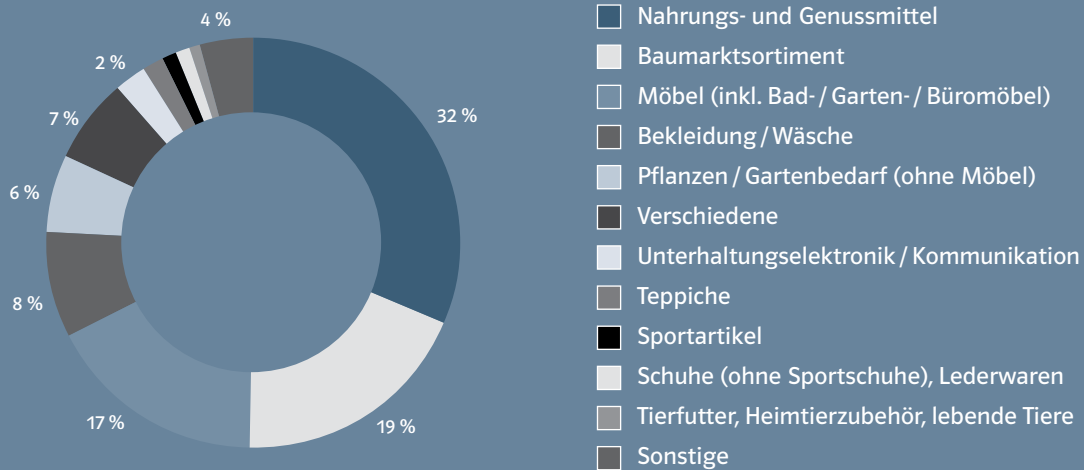
Bau- und Gartenmärkten bestimmt: Unter den 19 größten Betrieben mit jeweils mehr als 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind 14 Möbel- und Einrichtungshäuser, 4 Warenhäuser und ein Bau- und Gartenmarkt.

Der Branchenschwerpunkt ist unverändert bei den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Baumarkt und Möbel festzustellen. Auf diese Betriebe entfallen knapp 70 % der erhobenen Gesamtverkaufsfläche. Alle anderen Sortimente erreichen deutlich geringere Anteile. Dies ist teilweise auch auf die deutlich kleinteiligere Struktur in diesen Branchen zurückzuführen, die unter die Grenze von 650 m<sup>2</sup> fallen.

<sup>5</sup> Nach Angaben des Handelsverbandes Deutschland (HDE) gab es in Deutschland im Jahr 2016 rd. 124 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Bezogen auf rd. 82,5 Mio. Einwohner ergibt sich eine durchschnittliche Ausstattung von rd. 1,50 m<sup>2</sup> pro Kopf der Bevölkerung. Laut EHI Retail Institute (Köln) haben Supermärkte und Verbrauchermärkte mit Verkaufsflächen zwischen 400 und 5.000 m<sup>2</sup> sowie Lebensmittel-Discounter daran zusammen einen Anteil von rd. 0,32 m<sup>2</sup> pro Kopf.



## Flächenaufteilung nach Branchenschwerpunkt

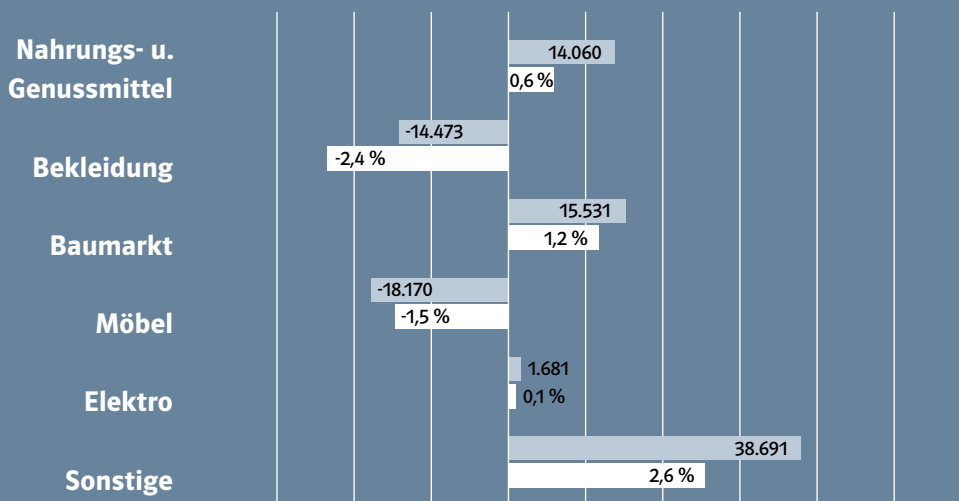


### → NAHRUNGS- UND GENUSSMITTEL WEITERHIN FLÄCHENGRÖSSTES MARKTSEGMENT

Unter den Neueröffnungen und Erweiterungen dominieren Lebensmittelbetriebe. Zwar wachsen die Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmittel weiterhin, allerdings ist die Fläche für das Baumarktsortiment (insbesondere als Folge der Neueröffnung des Hagebaumarktes in Bochum) noch etwas stärker gewachsen. Am stärksten gewachsen ist mit einer Zunahme der Verkaufsfläche um rd. 39.000 m<sup>2</sup> die Fläche der Betriebe ohne

Sortimentsschwerpunkt (vor allem Sonderpostenmärkte, Nonfood-Discounter). Die Neueröffnungen von Thomas Philipps (Bochum, Marl etc.), Tedi (Gelsenkirchen, Wetter, Bochum, Herdecke etc.) und Action (Wesel, Duisburg, Lünen etc.) sind wesentliche Treiber dieser Entwicklung.

## Veränderung der Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> und % gegenüber 2016 – nach Branchenschwerpunkt



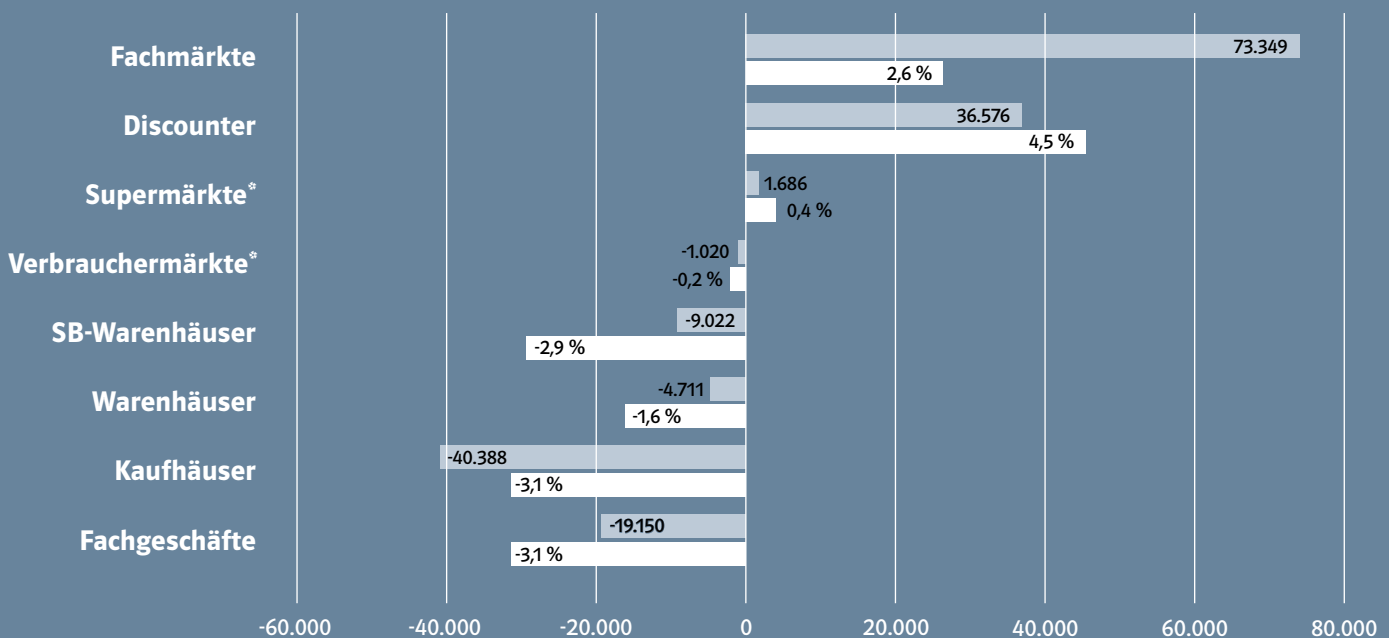
### → GRÖSSTE WACHSTUMSDYNAMIK BEI NONFOOD-DISCOUNTERN SOWIE NAHRUNGS- UND GENUSSMITTELN; FLÄCHENRÜCKGANG BEI BEKLEIDUNG UND MÖBELN AM HÖCHSTEN

Der Rückgang im Segment Möbel ist hauptsächlich mit der Schließung des Möbelhauses Finke in Oberhausen zu erklären. Die Fläche bei Bekleidung ist ebenfalls zurückgegangen. Größere Schließungen betreffen das Boecker Mode-Center (Dortmund, Hagen), Sinn Leffers (Gelsenkirchen) sowie Hettlage Fashion (Recklinghausen). In Dortmund wurde zudem eine H&M-Filiale von Drogeriemarkt Müller übernommen. Insgesamt haben 20 Betriebsaufgaben oder Umnutzungen stattgefunden. Demgegenüber stehen 14 Neueröffnungen, wovon etwa ein Drittel auf den Textilfachmarkt Kik entfällt, der regelmäßig Flächen unterhalb der Großflächigkeit belegt.

Bei den Betriebsformen sind insbesondere Fachmärkte und Discounter die am stärksten wachsenden Formate. Warenhäuser und Fachgeschäfte hingegen haben im Zeitraum 2016 bis 2018 wiederum überdurchschnittlich stark an Verkaufsfläche verloren.

Über die Hälfte der Fachmarktverkaufsflächen geht auf die flächenintensiven Bau- und Gartenmärkte zurück. Geprägt wird die Betriebsform aber auch durch Möbelfachmärkte. Im Vergleich zu 2016 zeigt sich Wachstum zudem bei Betrieben ohne Sortimentsschwerpunkt (vor allem Nonfood-Discounter) sowie bei den Drogeriemärkten.

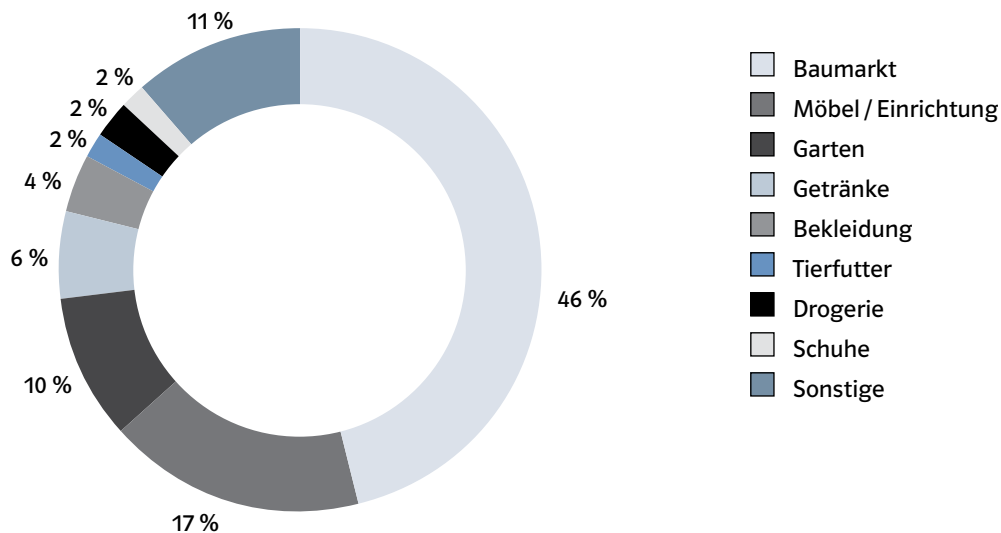
## Veränderung der Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> und % gegenüber 2016 – nach Betriebsform



→ WACHSTUMSTREIBER BLEIBT DER STRUKTURWANDEL IN DER LEBENSMITTELBRANCHE; BEI KAUFHÄUSERN UND FACHGESCHÄFTEN ZEICHNET SICH OFFENBAR DER GERINGERE FLÄCHENBEDARF ALS FOLGE DES ONLINEHANDELS AB

\* Supermärkte (bis 1.500 m<sup>2</sup> VKF) und Verbrauchermärkte (1.500 bis 5.000 m<sup>2</sup> VKF) werden auch als "Vollsortimenter" bezeichnet.

## Branchenschwerpunkt bei Fachmärkten – nach Verkaufsfläche



→ FLÄCHENINTENSIVE BRANCHEN PRÄGEN DIE BETRIEBSFORM DES FACHMARKTES; STARKES WACHSTUM BEI NONFOOD-DISCOUNTERN UND DROGERIEMÄRKTEN

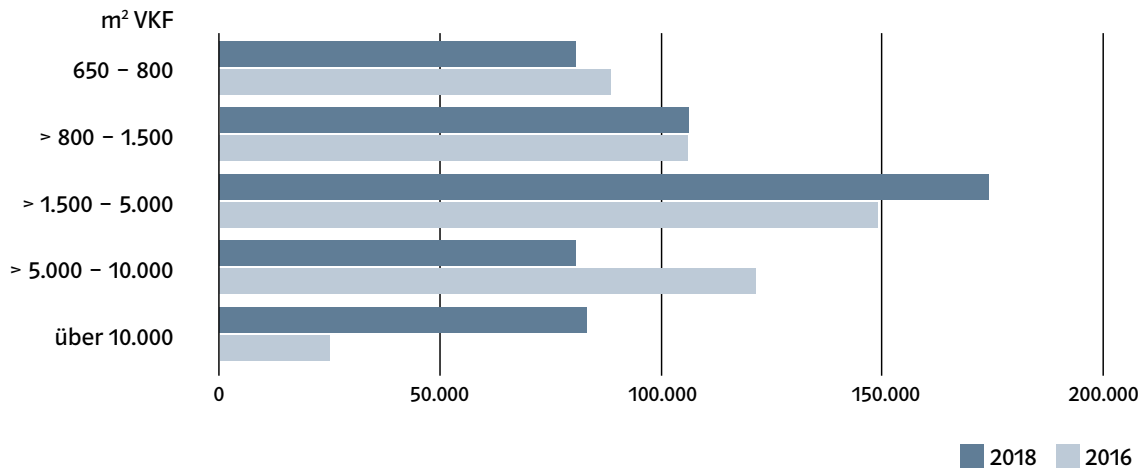
Die Anzahl der Leerstände ist gegenüber 2016 nur minimal gesunken, dabei ist die potenzielle Verkaufsfläche um ca. 37.000 m<sup>2</sup> gestiegen und liegt jetzt bei rd. 525.000 m<sup>2</sup>. Ein Grund für den Anstieg ist die Schließung des Möbelhauses Finke in Oberhausen. Einige größere Leerstände befinden sich derzeit im Abriss bzw. Neubau. Wenn keine Nachnutzung durch den Einzelhandel erfolgt, werden Leerstände auch durch Fitnessstudios, Gastronomie oder sonstige Dienstleistungen genutzt. Die Leerstandsquote liegt mit 7,4 % wieder etwas höher als 2016 (6,5 %).

Ein deutliche Zunahme der Leerstände ist in der Größenklasse 1.500 bis 5.000 m<sup>2</sup> sowie bei den Betrieben über 10.000 m<sup>2</sup> festzustellen, wohingegen sich bei Leerständen mit über 5.000 bis 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein Rückgang zeigt. Größter Leerstand ist seit dieser Erhebung das ehemalige Möbelhaus Finke in Oberhausen.

Sowohl für das leerstehende Möbelhaus Finke in Oberhausen als auch für den Wohnpark Xanten sind Nachnutzungen durch Möbelanbieter geplant (vgl. Abschnitt 3:1). Für die Karstadt-Immobilie in Recklinghausen ist die Umgestaltung bis 2021 geplant, sodass auf reduzierter Fläche Einzelhandel, daneben aber auch Gastronomie, Wohnen sowie eine Kindertagesstätte realisiert werden sollen.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Quelle: WDR, 10.04.2018: <https://www1.wdr.de/nachrichten/ruhrgebiet/zukunft-karstadt-haeuser-100.html>

## Leerstehende Einzelhandelsflächen – nach Objektgröße



→ RÜCKGANG DES LEERSTANDS VOR ALLEM BEI OBJEKTEN ZWISCHEN 5.000 UND 10.000 M<sup>2</sup>

### 2.3 Regionale Unterschiede

Mit der Zunahme der Verkaufsfläche um lediglich knapp 37.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist die Gesamtentwicklung vergleichsweise stabil geblieben. Dennoch sind zwischen den Kreisen und Kommunen erhebliche Unterschiede festzustellen.

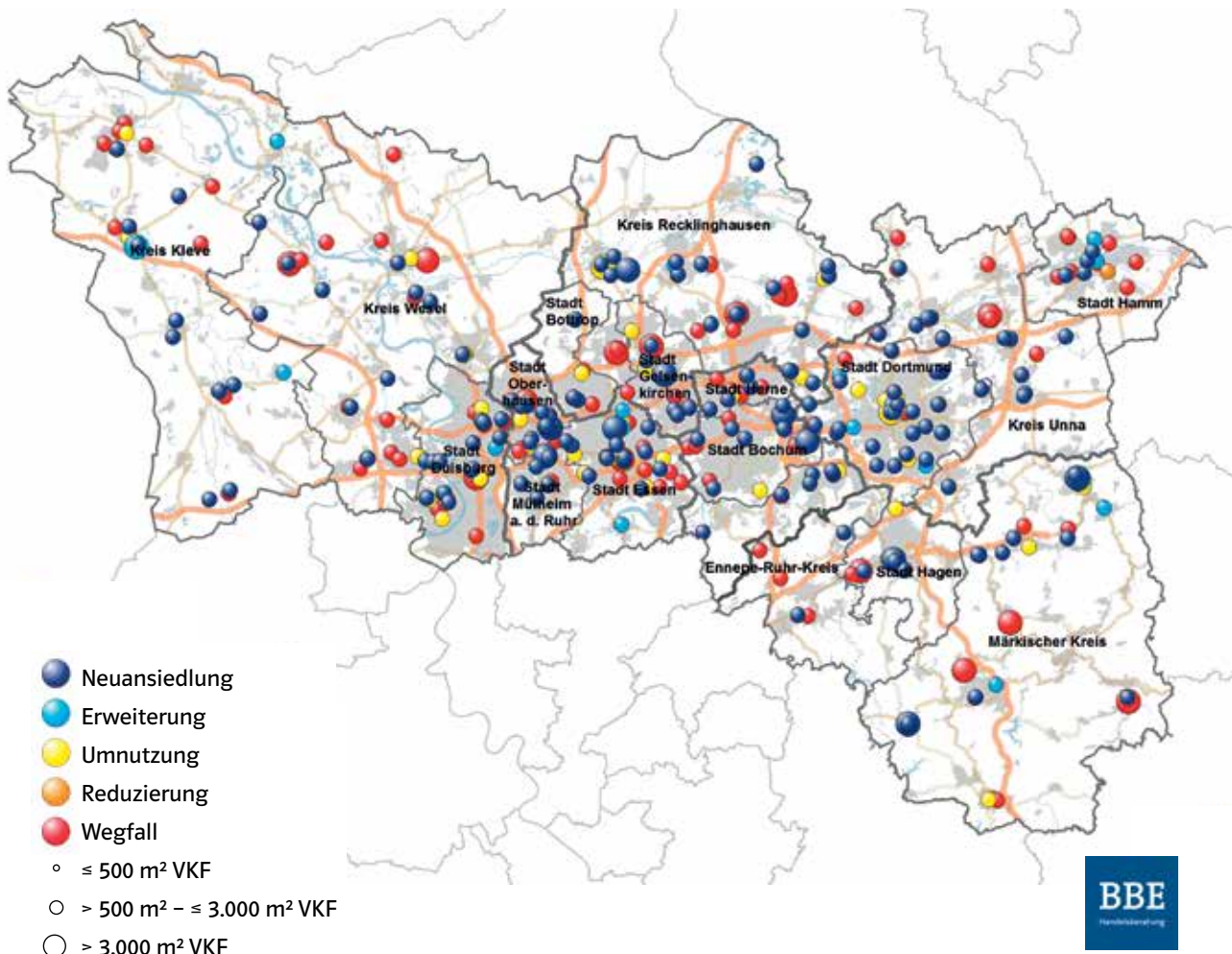
Mit Verkaufsflächenzunahmen von mehr als 10.000 m<sup>2</sup> weisen die Städte Bochum, Dortmund und Duisburg sowie der Kreis Kleve das höchste Wachstum auf. Das Wachstum der Stadt Bochum geht im Wesentlichen auf die Eröffnung des Hagebaumarktes Ziesak zurück, weiterhin wurde ein Leerstand durch einen rd. 4.000 m<sup>2</sup> großen Thomas Philipps Sonderpostenmarkt nachgenutzt. In der Stadt Dortmund gab es eine Reihe von Neueröffnungen und Erweiterungen mit jeweils unter 2.500 m<sup>2</sup>, darunter vor allem Lebensmittelmärkte, aber auch einen Elektrofachmarkt (Media Markt). In Duisburg hat sich eine ähnliche Entwicklung vollzogen, wobei hier neben Lebensmittelmärkten auch Möbelmärkte und Sonderpostenmärkte neu eröffnet haben.

Einen überdurchschnittlichen Flächenrückgang weist mit einem Minus von rd. 26.000 m<sup>2</sup> der Kreis Recklinghausen auf. Dies geht im Wesentlichen auf die Schließung des Karstadt Warenhauses in

Recklinghausen zurück. Der zwischenzeitlich durch einen Brand zerstörte Toom-Baumarkt in Oer-Erkenschwick soll im nächsten Jahr wiedereröffnen. Der Kreis Wesel weist mit knapp 10.000 m<sup>2</sup> ebenfalls einen höheren Rückgang auf, Hauptgrund ist die Aufgabe des Wohnparks Xanten.

In fast allen Kommunen und Kreisen weisen die Lebensmittel-Discounter auch im Zeitraum 2016 bis 2018 Wachstum auf. Geringe Rückgänge von weniger als 200 m<sup>2</sup> ergeben sich hier für die Städte Bochum und Bottrop sowie für den Kreis Recklinghausen. In Hagen sind zwei kleinflächige Aldi-Märkte geschlossen worden, sodass sich hier ein etwas höherer Rückgang ergibt. Während die Gesamtverkaufsfläche bei den Supermärkten nahezu unverändert geblieben ist, ist die Verkaufsfläche der SB-Warenhäuser insgesamt um ca. 9.000 m<sup>2</sup> gesunken. Dies ist im Wesentlichen mit der Schließung der Kaufland-Filialen in Gladbeck und Bergkamen zu begründen, wobei letztere abgerissen und anschließend voraussichtlich 2019 in einem Neubau eröffnen wird.

## Veränderungen 2016 / 2018

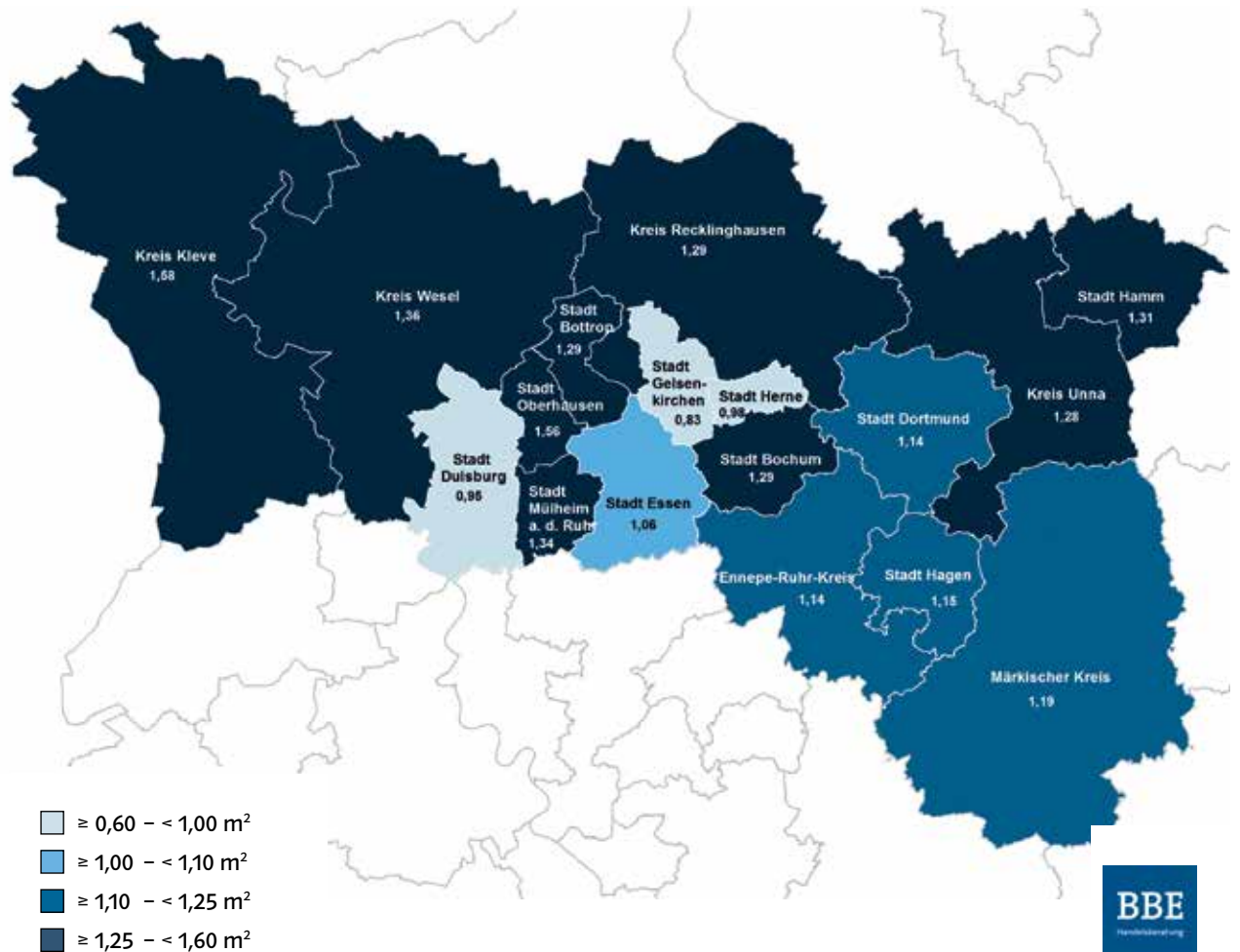


### → STRUKTURWANDEL 2016 / 18: NEUAN SIEDLUNGEN VOR ALLEM IM KERNBEREICH DES RUHRGEBIETES; MEHR NEUAN SIEDLUNGEN ALS SCHLIESSUNGEN

Die Angebotsstrukturen korrespondieren im Wesentlichen mit der Siedlungsstruktur im Ruhrgebiet und angrenzenden Bereichen, sodass in den Ballungsräumen (insbesondere im Kerngebiet des Ruhrgebiets) ein sehr umfangreiches Angebot besteht. In den Städten Dortmund (rund 667.000 m<sup>2</sup>), Essen (rund 619.000 m<sup>2</sup>), Duisburg (rund 474.000 m<sup>2</sup>) und Bochum (rund 470.000 m<sup>2</sup>)

sind absolut die höchsten Verkaufsflächen vorzufinden. In den Kreisen Recklinghausen, Unna und im Märkischen Kreis ist ein vergleichbares bzw. teils noch größeres Angebot vorhanden. Größere Einzelhandelsstandorte dort sind Dorsten, Recklinghausen, Iserlohn, Unna und Kamen.

## Verkaufsfläche je Einwohner – nach Kreisen



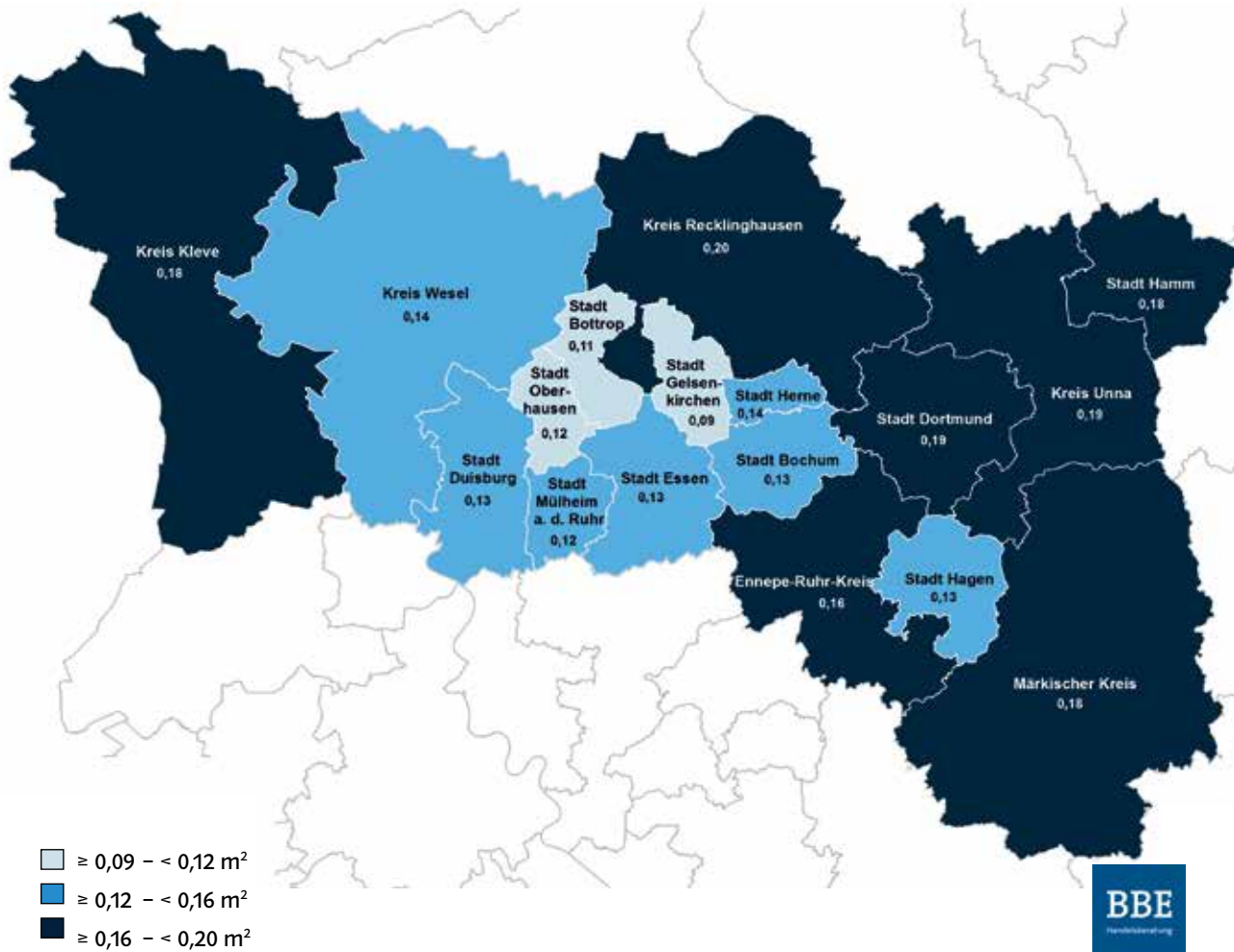
### → WEITERHIN IM KERNRAUM WENIGER VERKAUFSFLÄCHE PRO EINWOHNER; GERINGFÜGIGE ÄNDERUNGEN GEGENÜBER 2016

Die Flächenausstattung ist in den Kommunen und Kreisen sehr unterschiedlich. Insbesondere in den kleineren Kommunen führen große Bau- und Gartencenter sowie Möbel- und Einrichtungshäuser zu überdurchschnittlich hohen Flächenausstattungen. Deutlich zu erkennen ist dies in Bedburg-Hau, Goch, Rees und Xanten.

Regelmäßig weisen dünner besiedelte Teilräume (wie die Kreise Kleve und Wesel am Niederrhein) eine deutlich höhere Flächenausstattung mit größeren Einzelhandelsbetrieben auf als viele Bereiche im Ruhrgebiet. Aufgrund großer Einkaufszentren oder Möbelhäuser bilden die Städte Bochum, Bottrop, Mülheim a. d. Ruhr sowie Oberhausen davon eine Ausnahme.

Wie auch schon in den Vorjahren liegt die Gesamtausstattung mit Supermärkten, Verbrauchermärkten, SB-Warenhäusern sowie Discountern bei durchschnittlich  $0,3 \text{ m}^2$  Verkaufsfläche je Einwohner. Dabei weisen die Kreise Unna (0,35) und Recklinghausen (0,36) die höchsten Werte auf. Deutlich darunter liegen die Werte für die Städte Bochum (0,24), Bottrop (0,20), Gelsenkirchen (0,23) und Hagen (0,25).

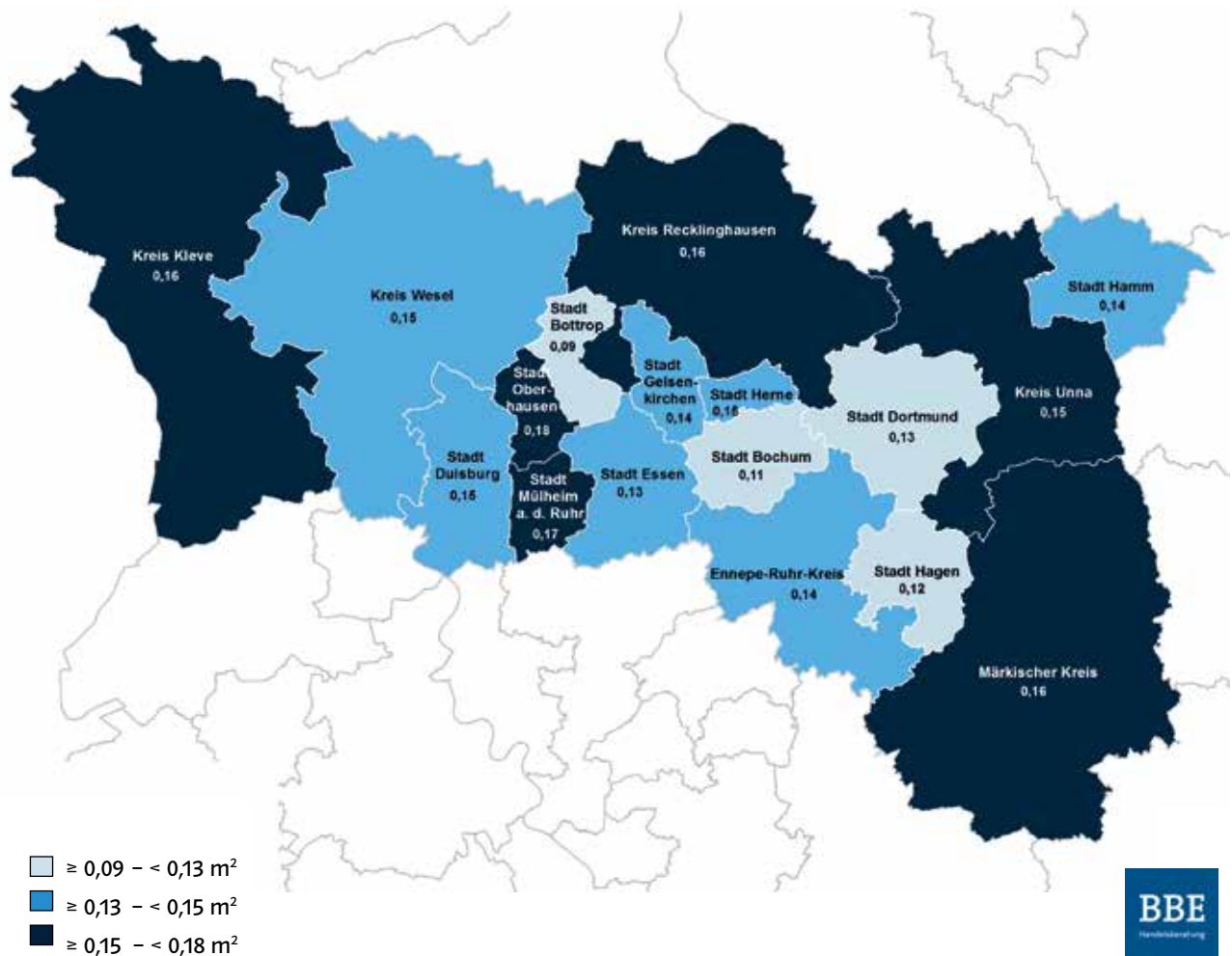
## Verkaufsfläche „Vollsortimenter“ (Supermärkte / Verbrauchermärkte) je Einwohner – nach Kreisen



→ KEINE WESENTLICHEN VERÄNDERUNGEN GEGENÜBER 2016

Im gesamten Untersuchungsgebiet erreicht die Ausstattung mit „Vollsortimenter“ (Supermärkten und Verbrauchermärkten) wie auch schon 2016 weiterhin  $0,16 \text{ m}^2$  je Einwohner. Während die Teilräume im Osten und Westen überdurchschnittliche Werte erreichen, sind in den zentral gelegenen Städten Bottrop, Gelsenkirchen und Oberhausen deutlich geringere Werte festzustellen.

## Verkaufsfläche „Lebensmittel-Discountmärkte“ je Einwohner – nach Kreisen



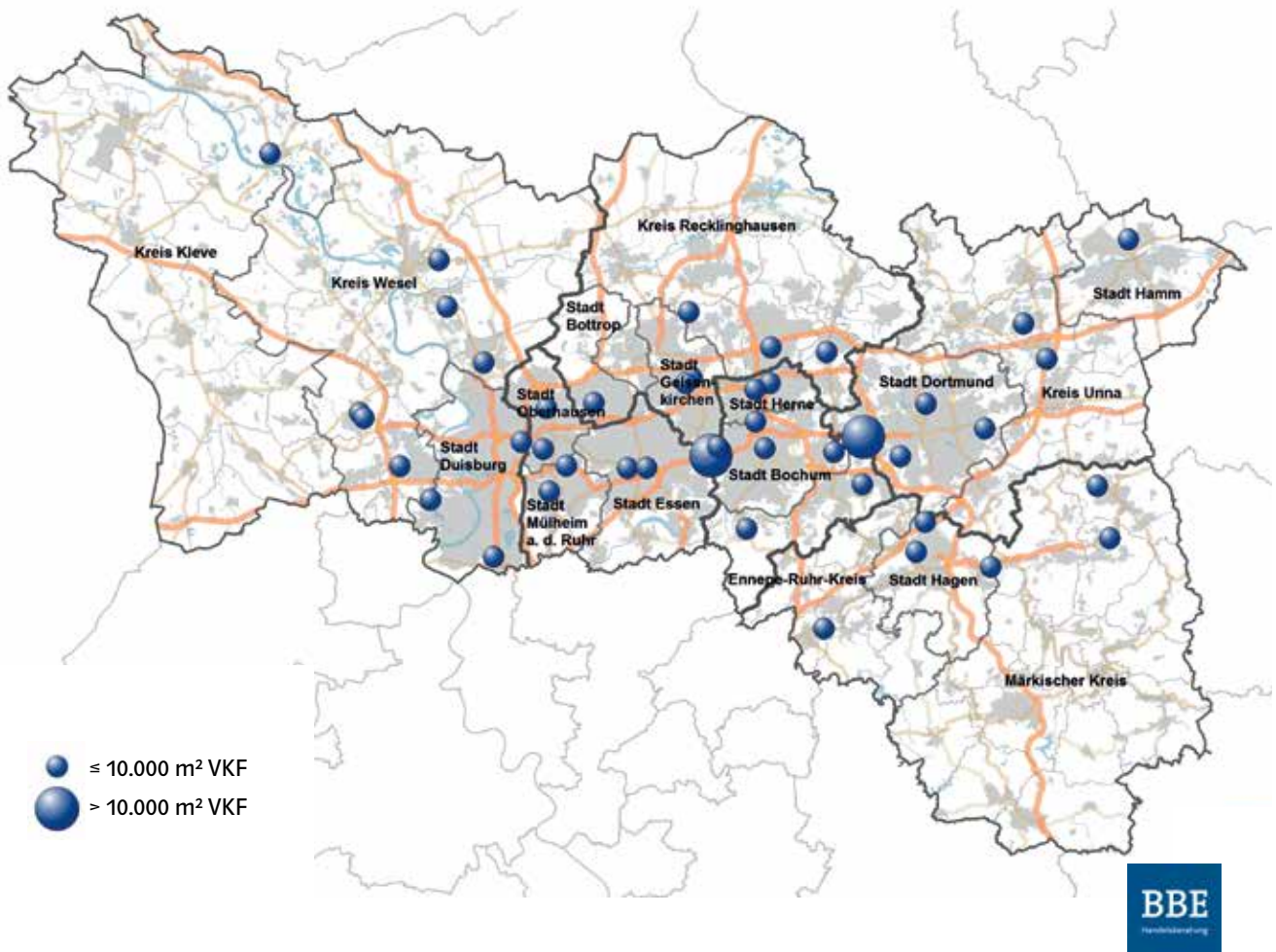
### → STABILE ENTWICKLUNG BEI LEBENSMITTEL-DISCOUNTERN IN DER GESAMTEN REGION; STÄRKERER ZUWACHS IN MÜLHEIM A. D. RUHR

Im Vergleich zum vorherigen Erhebungszeitraum konnte sich die flächenbezogene Ausstattung mit Discountern bei konstant 0,14 m<sup>2</sup> je Einwohner halten. Nach der Betriebsform des Fachmarktes ist die Verkaufsfläche bei Discountern um rund 37.000 m<sup>2</sup> am stärksten gewachsen. Das Wachstum resultiert vor allem aus Erweiterungen bestehender Standorte. Überdurchschnittliche Ausstattungskennziffern ergeben sich für die Städte Oberhausen (0,18) und Mülheim a. d. Ruhr (0,17) sowie für die Kreise Kleve (0,16), Märkischer Kreis (0,16), Recklinghausen (0,16) und Unna (0,15). Deutlich unter dem Durchschnitt hingegen liegen die Städte Bochum (0,11) und Bottrop (0,09).

Seit dem ersten IHK-Handelsreport Ruhr (2001) sind damit die Discounterflächen mit mindestens 650 m<sup>2</sup> sprunghaft angestiegen: Mit rund 261.000 m<sup>2</sup> Gesamtfläche in dieser Größenordnung waren Märkte damals noch die Ausnahme, während mittlerweile alle Betreiber – allen voran Lidl – dazu übergehen, nur noch Märkte zwischen 800 und 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu konzipieren. Heute liegt die Gesamtverkaufsfläche bei rd. 842.000 m<sup>2</sup>, was einer Steigerung um rd. 226 % entspricht. Damit zeigt sich ein Wandel vom kleinflächigen – auf eine relativ niedrige Artikelzahl begrenzten – „Hard-Discount“ zum deutlich größeren modernen Markt, dessen Profilierung über Markenartikel, Frischeortiment und sogar Luxusprodukte eine Annäherung an den klassischen Supermarkt darstellt.



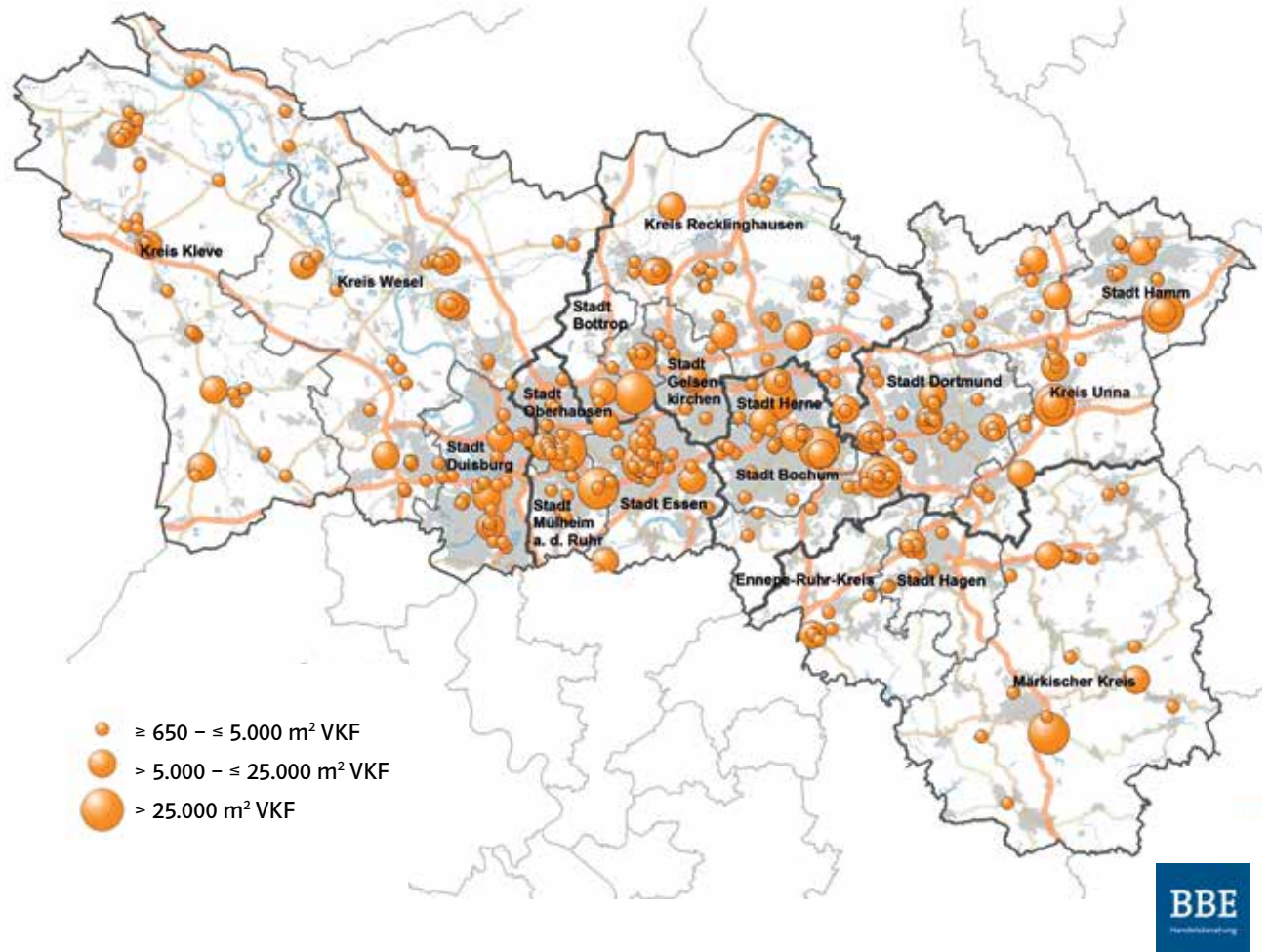
## Räumliche Verteilung der SB-Warenhäuser



→ **NAHEZU UNVERÄNDERTE ANGEBOTSSITUATION BEI SB-WARENHÄUSERN; DIE KAUF-LAND-FILIALEN IN GLADBECK UND BERGKAMEN SIND GESCHLOSSEN WORDEN BZW. WERDEN NEU GEBAUT**

SB-Warenhäuser sind per Definition alle Anbieter mit dem Kernsortiment Lebensmittel und einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>. Gegenüber 2016 ist die Zahl der Märkte um eine Filiale auf 46 Märkte bzw. um 3 % auf rund 299.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gesunken. Betreiberseitig liegt Real (25 Märkte, rund 173.000 m<sup>2</sup>) vor Kaufland (15 Märkte, rund 84.000 m<sup>2</sup>). Deutlich untergeordnet sind Betreiber wie Marktkauf/Edeka sowie Toom/Rewe.

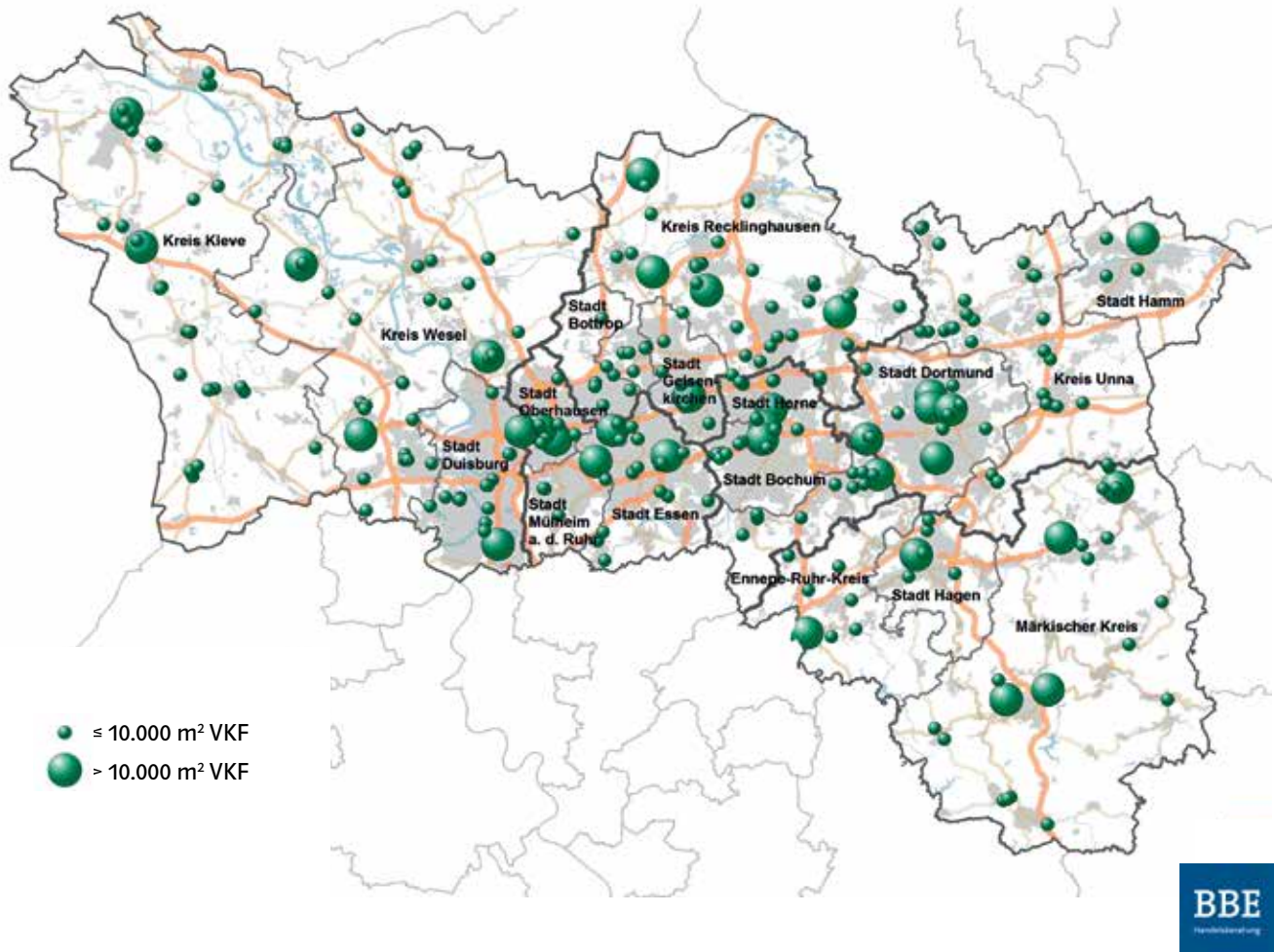
## Räumliche Verteilung der Möbelmärkte



→ **MÖBEL: ANHALTENDE KONZENTRATION AUF ANBIETERSEITE DURCH ÜBERNAHMEN; RÜCKGANG DER VERKAUFSFLÄCHE**

Auf das flächenintensive Möbelsegment entfallen mit rd. 1,21 Mio. m<sup>2</sup> etwa 17 % der gesamten erhobenen Verkaufsfläche. Im Gegensatz zu 2016 ist die Gesamtverkaufsfläche in dieser Warengruppe um rund 18.000 m<sup>2</sup> gesunken. Die Betriebsaufgaben des Möbelhauses Finke in Oberhausen und des Wohnparks Xanten sind wesentlich für diese Entwicklung. Eine größere Neueröffnung ist mit dem SB-Möbelmarkt Poco in Oberhausen (rund 7.000 m<sup>2</sup>) erfolgt.

## Räumliche Verteilung der Baumärkte



### → STABILE ENTWICKLUNG BEI DEN BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTEN

Mit rund 1,34 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind Baumärkte eine flächenmäßig sehr bedeutsame Branche. Mit 304 Märkten ist die Anzahl der Märkte gegenüber 2016 geringfügig gestiegen (301), auch die Gesamtverkaufsfläche ist entsprechend gestiegen (+0,02 Mio. m<sup>2</sup>). Mit dem auf einem ehemaligen Zechengelände eröffneten Hagebaumarkt Ziesak in Bochum ist ein größerer Angebotsstandort realisiert worden. Die Branche wird vor allem von Anbietern mit mehr als 5.000 m<sup>2</sup> bzw. 10.000 m<sup>2</sup> geprägt, auf die rund 71 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen. Insgesamt 34 Märkte verfügen über eine Verkaufs-

fläche von jeweils über 10.000 m<sup>2</sup>, in der Summe erreichen sie rund 460.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die Gruppe der großen Baumärkte ab 5.000 m<sup>2</sup> wird vor allem von den Betreibern Bauhaus, Hagebaumarkt, Hellweg, Hornbach, Obi und Toom dominiert. Somit handelt es sich um eine vergleichsweise stark konzentrierte Branche. Unter den kleineren Anbietern sind Raiffeisen-Märkte wichtige Anbieter. Zudem sind bei Baumärkten mit weniger als 5.000 m<sup>2</sup> noch verstärkt inhabergeführte Betriebe vorzufinden, die z. T. auf bestimmte Segmente spezialisiert sind (u. a. Bodenbeläge).

## 2.4 Standort- und Zentrenentwicklung

Nahezu alle Kommunen im Untersuchungsraum haben inzwischen Einzelhandelskonzepte aufgestellt und zum Teil schon mehrfach fortgeschrieben. Seit der letzten Erhebung für den IHK Handelsreport 2016 war dies unter anderem in Alpen, Dorsten, Emmerich am Rhein, Ennepetal, Gevelsberg, Goch, Hattingen, Holzwickede, Marl, Menden, Neukirchen-Vluyn, Oberhausen, Schalksmühle, Schwelm, Sprockhövel, Voerde, Wetter und Witten der Fall. Die Industrie- und Handelskammern des Ruhrgebiets haben im August 2018 die Broschüre „Einzelhandels- und Zentrenkonzepte – Ein wirkungsvolles Instrument für lebens- und erlebenswerte Städte“ veröffentlicht, die Inhalte und Bearbeitungsschritte bei der Aufstellung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes erläutert und einen aktuellen Überblick über den Stand in der Region gibt.

Auf Basis der zum IHK-Handelsreport 2018 vorliegenden Einzelhandelskonzepte waren im Untersuchungsraum insgesamt 471 zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) vorhanden, davon 88 Haupt- und 117 Nebenzentren sowie 263 Nahversorgungszentren (mit teilweise unterschiedlichen Bezeichnungen). Im Vergleich zu den Vorjahren ist die Zahl der zentralen Versorgungsbereiche somit deutlich zurückgegangen (2016: 521 ZVB insgesamt). Insbesondere viele ehemalige Nahversorgungszentren weisen keine hinreichenden Besatzstrukturen mehr auf, sodass viele kleine Zentren in den aktuellen Einzelhandelskonzepten nicht mehr als Nahversorgungszentren ausgewiesen werden.

Gemessen an der Verkaufsfläche „650+“ sind die mit Abstand größten ZVB weiterhin die Innenstädte von Dortmund (rund 155.000 m<sup>2</sup>) und Essen (rund 136.000 m<sup>2</sup>), gefolgt von der Neuen Mitte Oberhausen (CentrO, rund 76.000 m<sup>2</sup>), Duisburg (rund 67.000 m<sup>2</sup>), Bochum (rund 54.000 m<sup>2</sup>), Hagen (rund 45.000 m<sup>2</sup>) und Gelsenkirchen (rund 39.000 m<sup>2</sup>).

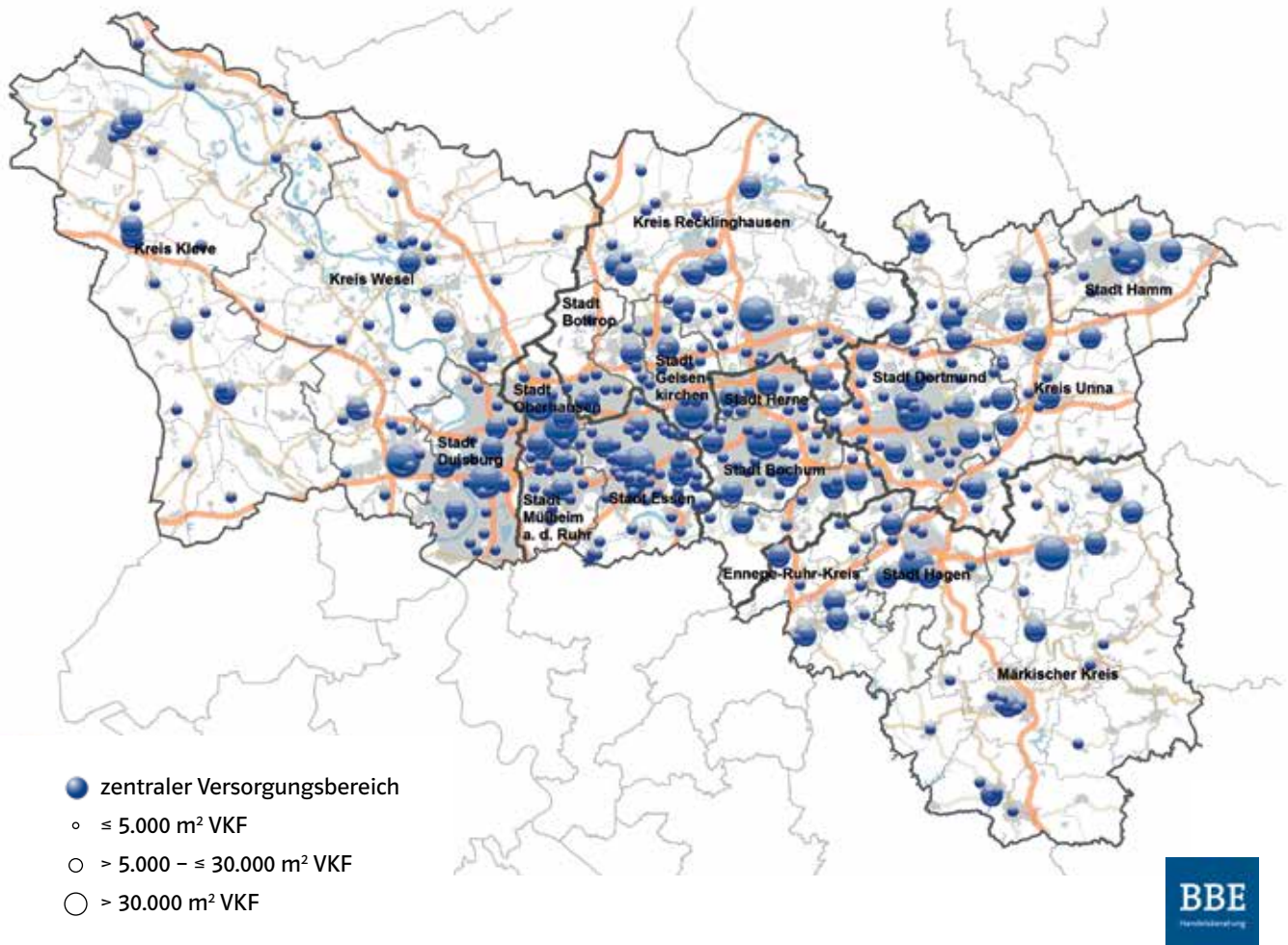
Im Vergleich zu 2016 ist die Verkaufsfläche „650+“ in zentralen Versorgungsbereichen mit 2,16 Mio. m<sup>2</sup> nahezu unverändert geblieben. Auch liegt der Anteil der „650+“ in zentralen Versorgungsbereichen an der Gesamtverkaufsfläche weiterhin bei 31 %.

Bei den in Nordrhein-Westfalen als „Zentrenrelevante Leitsortimente“ eingestufteten Verkaufsflächen „650+“ befinden sich rund 1,67 Mio. m<sup>2</sup> von den insgesamt 3,31 Mio. m<sup>2</sup> zentrenrelevanten Leitsortimenten in ZVB, das entspricht rund 50 %. Bei den gleichzeitig als nahversorgungsrelevant eingestufteten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel) liegt der Anteil bei rund 41 %, bei den sonstigen zentrenrelevanten Leitsortimenten sind es 72 %.

Die Verkaufsfläche in ZVB mit dem innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung ist von 492.000 m<sup>2</sup> in 2016 auf 480.000 m<sup>2</sup> gesunken. Damit ist auch der Anteil der Verkaufsflächen erstmalig wieder zurückgegangen. Unverändert ist der ZVB-Anteil mit 64 % bei Unterhaltungselektronik. Von 47 % auf 40 % ist der ZVB-Anteil bei Sportartikeln gesunken.

Möbel (8 %) und Baumarktartikel (< 1 %) haben erwartungsgemäß weiterhin sehr geringe ZVB-Anteile. Im Gegensatz dazu hat die Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel in den ZVB wieder zugenommen (2016: rund 848.000 m<sup>2</sup>; 2018: rund 882.000 m<sup>2</sup>).

## Räumliche Verteilung der zentralen Versorgungsbereiche

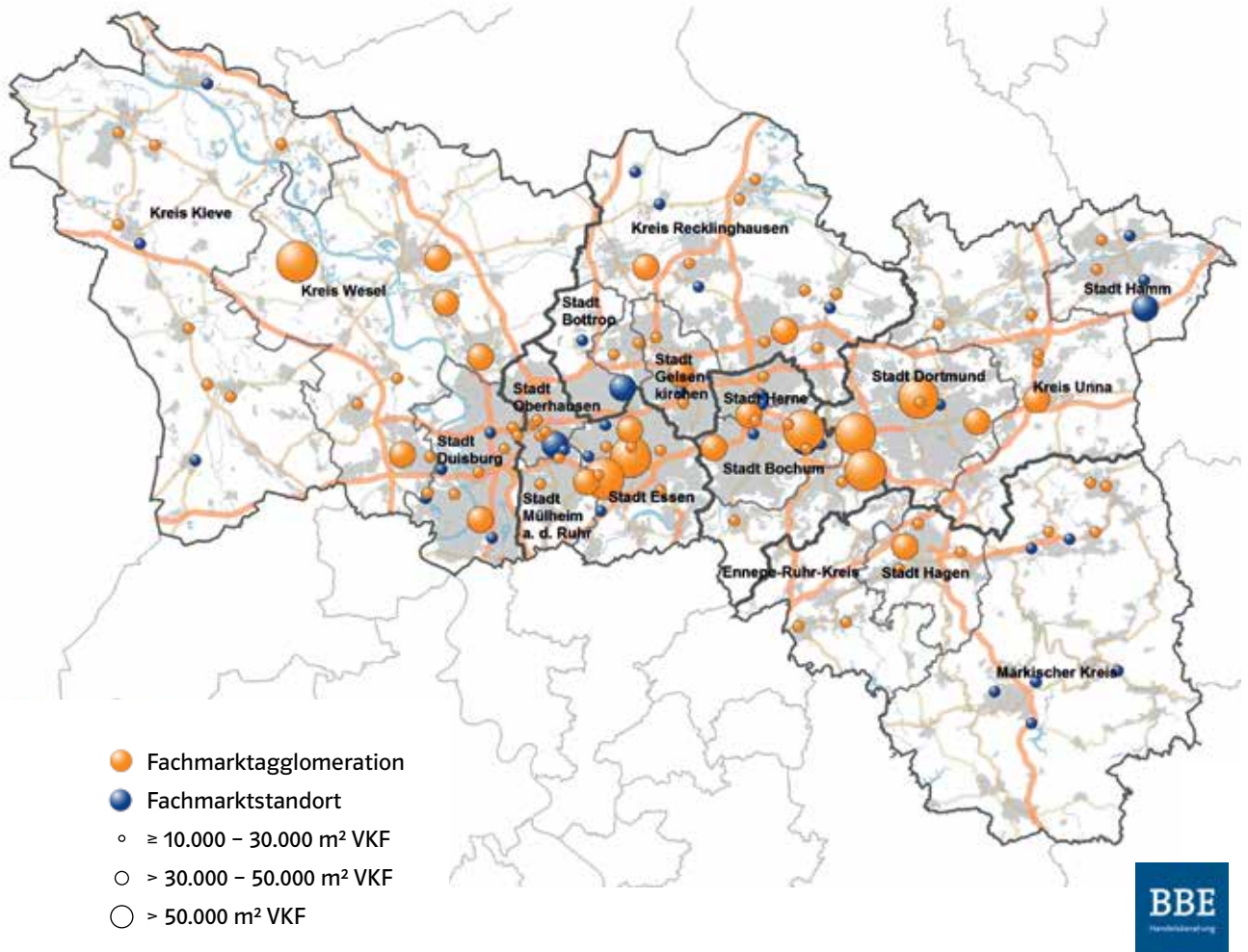


→ ANTEIL INNERSTÄDTISCHER LEITSORTIMENTE INNERHALB ZVB INSGESAMT STABIL;  
RÜCKGANG JEDOCH BEI BEKLEIDUNG UND SPORT

Neben den zentralen Versorgungsbereichen spielen Fachmarktstandorte unterschiedlicher Dimension und Branchenzusammensetzung eine wesentliche Rolle für die Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum. Typisch sind einerseits Einkaufszentren, Fachmarktzentren und „Agglomerationen“, andererseits große Solitärstandorte von Möbel- und Einrichtungshäusern, Bau- und Gartenmärkten und im Einzelfall sonstigen Branchen.

Die Verkaufsfläche an diesen Standorten ist im Untersuchungszeitraum von 3,23 Mio. m<sup>2</sup> auf 3,19 Mio. m<sup>2</sup> gesunken. Der Anteil an der Gesamtverkaufsfläche liegt entsprechend bei 45 % und damit etwa auf dem Niveau von 2016 (46 %).

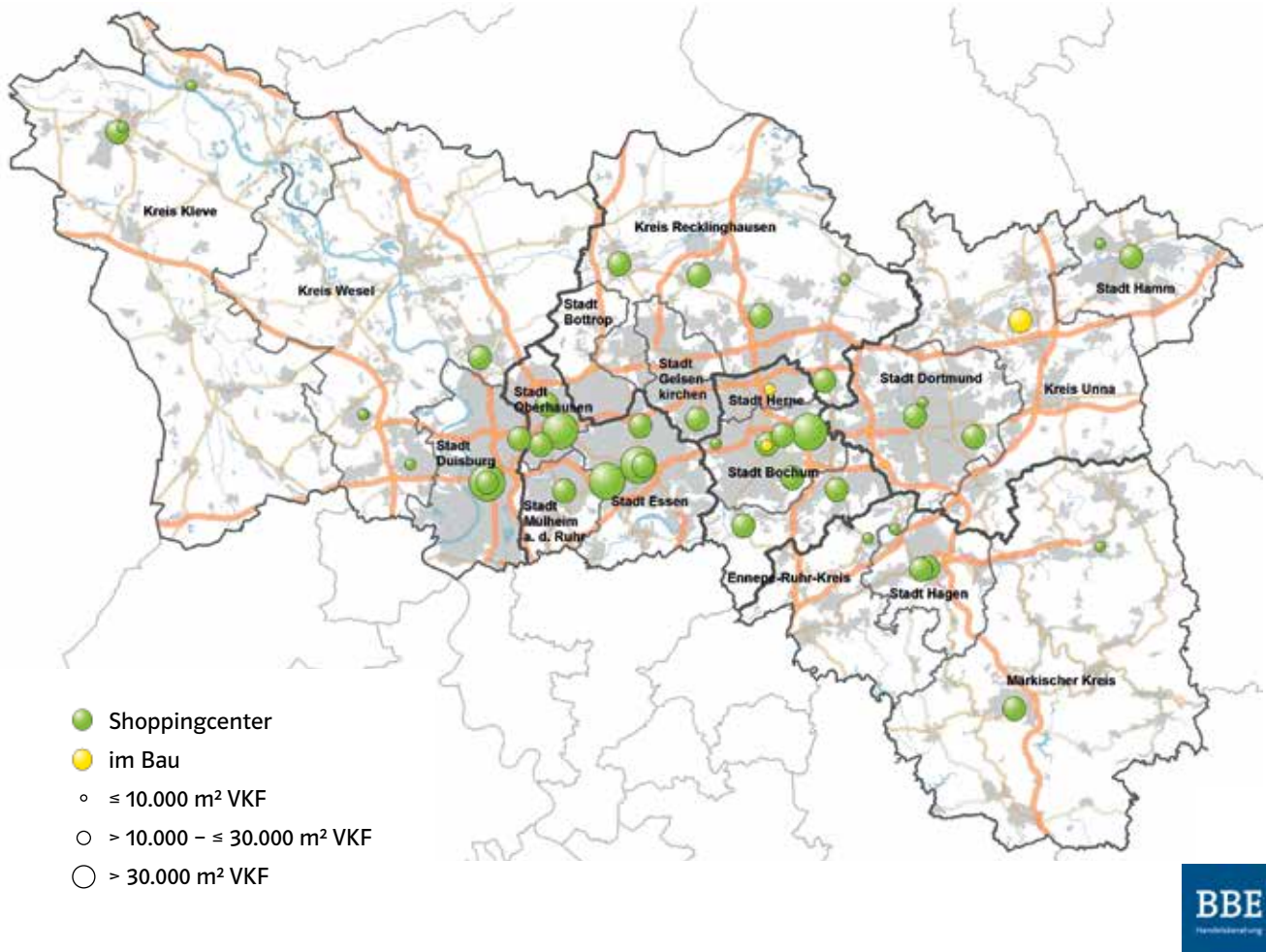
## Räumliche Verteilung der Fachmarktstandorte



→ VERKAUFSFLÄCHE AN FACHMARKTSTANDORTEN GERINGFÜGIG GESUNKEN

Die nach Verkaufsfläche „650+“ größten Fachmarkt-Agglomerationen im Untersuchungsraum liegen demnach weiterhin in Dortmund (Indu-Park rund 90.000 m<sup>2</sup>, Bornstraße rund 43.000 m<sup>2</sup>), Essen (Altendorfer Straße rund 76.000 m<sup>2</sup>), Witten (Fredi-Ostermann-Straße rund 74.000 m<sup>2</sup>), Mülheim an der Ruhr (Humboldtring rund 62.000 m<sup>2</sup>), Unna (Hans-Böckler-Straße rund 50.000 m<sup>2</sup>), Dinslaken (Max-Eyth-Straße rund 47.000 m<sup>2</sup>), Bochum (Hannibal rund 46.000 m<sup>2</sup>), Recklinghausen (Schmalkaldener Straße rund 43.000 m<sup>2</sup>) und Gelsenkirchen (Em-scherstraße rund 35.000 m<sup>2</sup>).

## Räumliche Verteilung der Shoppingcenter



→ SEIT 2016 KEINE NEUEN SHOPPINGCENTER; PLANUNGEN IN BERGKAMEN, BOCHUM UND HERNE

Eine besondere Bedeutung kommt den Shoppingcentern als eigene Betriebsform zu. Im Gegensatz zu reinen Fachmarktstandorten oder -agglomerationen verfügen sie in der Regel über ein eigenes Centermanagement und erreichen eine besonders starke Ausstrahlung in die Region.

Neben den langjährig etablierten großen Shoppingcentern wurden zuletzt auch in den Mittelstädten wie Recklinghausen (Palais Vest) oder Dinslaken (Neutor Galerie) größere Shopping Center eröffnet. Zwischen 2016 und 2018 wurde jedoch erstmals kein Shoppingcenter neu eröffnet. In Menden sind

Pläne gescheitert, mit dem Nordwall-Center ein Einkaufszentrum im leerstehenden Kaufhaus Dierler anzusiedeln. Die angestrebte Revitalisierung der Turmarkaden in Bergkamen wird nach erneutem Eigentümerwechsel wieder vorangetrieben. In Bochum soll mit dem Viktoria Karree ein neues Geschäftsquartier entstehen, zudem ist weiterhin in Herne die Revitalisierung des City Centers geplant.





## 3 Einzelhandelstrends im Fokus

### 3.1 Entwicklungen in der Möbelbranche

Im Jahr 2016 wurde mit Wohnmöbeln ein Umsatz von rund 31,0 Mrd. € erwirtschaftet.<sup>7</sup> Somit konnte das Wachstum der Vorjahre fortgesetzt und gegenüber 2015 ein Zuwachs von 4 % erzielt werden.

Dominiert wird der Einzelhandel vom „Möbelhandel“ i.e. Sinne, auf den ein Marktanteil von rund 64 % entfällt. Den weiteren Anbietern von Wohnmöbeln kommt damit eine deutlich geringere Bedeutung zu. Küchenspezialisten sowie Bau- und Heimwerkermärkte inkl. sonstiger Anbieter erzielten mit 13,4 % bzw. 11,1 % höhere Anteile als die Versender und Internet-Pure-Player mit 6,8 % sowie der Direktvertrieb mit 4,3 %.

Im Zeitraum 2013 bis 2017 konnten die Küchenspezialisten eine deutliche Steigerung des Marktanteils erzielen. Zudem ist eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels erkennbar, wenngleich insgesamt noch auf einem niedrigen Niveau. Diese Entwicklung ging zu Lasten des Direktvertriebs (-18 %) und des klassischen Möbelhandels (-4 %).

Nach Umsatz stärkster Möbelanbieter in Deutschland ist mit Abstand Ikea, der 2017 einen Umsatz von rund 4,87 Mrd. € erzielen konnte.<sup>8</sup> Danach folgen mit deutlichem Abstand XXXLutz (2,21 Mrd. €), Höffner (inkl. Möbel Kraft und Sconto; 2,09 Mrd. €), die Otto Gruppe (1,70 Mrd. €) und die Tessner Gruppe (Roller, Schulenberg Möbel; 1,62 Mrd. €).

Wie zuvor dargestellt, entfallen auf die Möbelbranche im Untersuchungsraum nahezu unverändert gegenüber 2016 rund 1,21 Mio. m<sup>2</sup> Verkaufsfläche „650+“.

Nach Verkaufsfläche bedeutendste Anbieter sind Ostermann (rund 106.000 m<sup>2</sup>, 4 Standorte), XXXLutz (rund 105.000 m<sup>2</sup>, 4 Standorte), Ikea (rund 79.000 m<sup>2</sup>, 4 Standorte) Zurbrüggen (rund 63.000 m<sup>2</sup>, 2 Standorte) sowie Finke mit einem Standort (rund 40.000 m<sup>2</sup>). Daneben gibt es weiterhin zahlreiche kleinere Anbieter und auch eine Vielzahl von Filialisten. Dazu gehören insbesondere die Möbelmitnahmemärkte Poco (rund 96.000 m<sup>2</sup>, 13 Standorte), Roller (rund 58.000 m<sup>2</sup>, 7 Standorte), SB-Möbel Boss (rund 23.000 m<sup>2</sup>, 6 Standorte) und Dänisches Bettenlager (rund 47.000 m<sup>2</sup>, 56 Standorte).

Der ehemalige Standort von Möbel Finke (rund 21.000 m<sup>2</sup>) in Oberhausen soll entwickelt werden. Der aufgegebene Wohnpark Xanten (rund 14.000 m<sup>2</sup>) soll durch einen Möbelmitnahmemarkt nachgenutzt werden.

Weitere Schließungen betreffen den Anbieter Möbel Piraten in Hagen (rund 5.000 m<sup>2</sup>) und das Alfemo Home Concept in der Duisburger Innenstadt (rund 5.000 m<sup>2</sup>) sowie sonstige kleinere Anbieter, für die in den meisten Fällen bisher keine Nachnutzung gefunden wurde.

Die Ansiedlung eines Möbelhauses mit mehr als 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist seit der letzten Erhebung hingegen nicht erfolgt. Zu den größeren Neuan siedlungen in diesem Erhebungszeitraum gehören ein Poco Einrichtungsmarkt in Essen (rund 7.000 m<sup>2</sup>) und ein Meda Küchenstudio in Gelsenkirchen (rund 4.000 m<sup>2</sup>). Zudem hat der Spezialist Moltipolster eine leer stehende Fläche in Mülheim a. d. Ruhr übernommen (rund 3.500 m<sup>2</sup>). Darüber hinaus sind vor allem kleinere und spezialisierte Formate realisiert worden. Darunter finden sich drei Möbelhäuser mit Ausrichtung auf türkische Einrichtung, davon zwei in Duisburg und ein weiteres in Essen. Weiterhin wurde die Expansion des Fachmarktes Dänisches Bettenlager vorangetrieben, sodass vier neue Standorte eröffnet wurden.

In den kommenden Jahren sind strukturprägende Änderungen in der Möbelbranche zu erwarten, da einige Planvorhaben im Untersuchungsgebiet bestehen.

Die in Randlage zur Innenstadt vorhandene Ikea-Filiale in der Stadt Essen (rund 13.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) soll an die Bottroper Straße auf das ehemalige Gelände von Thyssenkrupp („Krupp-Gürtel“) verlagert und auf rund 25.500 m<sup>2</sup> vergrößert werden. Der Baubeginn ist für 2019 geplant.<sup>9</sup>

In Dortmund werden aktuell zwei Vorhaben diskutiert: Segmüller mit rund 45.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in Randlage zum Sonderstandort Indupark sowie angrenzend an den Sonderstandort Bornstraße die Ansiedlung eines XXXLutz-Möbelhauses mit rund 40.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

<sup>7</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik (Vorankündigungen)

<sup>8</sup> Quelle: möbel kultur via Statista

<sup>9</sup> Quelle: WAZ, 15.08.2017, abrufbar unter:

<https://www.waz.de/staedte/essen/neues-einrichtungshaus-von-ikea-in-essen-soll-2020-eroeffnen-id211595075.html>

Auch in Hagen gibt es zwei Planvorhaben. Am Standort Haßleyer Insel ist die Errichtung eines Möbelhauses mit rund 34.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und eines Mömax-Mitnahmemarktes mit rund 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche durch die Firma XXXLutz geplant.

In Duisburg-Meiderich plant die Firma Ostermann die Errichtung eines Möbelhauses mit rund 40.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Der Baubeginn soll in 2020 erfolgen.

In Hamm plant die Firma Finke die Ergänzung des Möbelstandortes im Stadtteil Rhynern („Möbelkompetenzzentrum Unnaer Straße“) um einen Möbeldiscounter Preisrebell mit rund 6.000 m<sup>2</sup>.

In Goch ist die Errichtung eines XXXL-Möbelhauses mit rund 21.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sowie eines Möbelmitnahmemarktes Mömax mit weiteren 8.000 m<sup>2</sup> geplant.

In Herne ist neben dem Wohn-Zentrum Zurbrüggen der Neubau eines Möbelmitnahmemarktes Mömax mit rund 8.000 m<sup>2</sup> geplant.

Auch die Firma Ikea plante grundsätzlich, weitere Einrichtungshäuser im Ruhrgebiet zu errichten. Dabei wurden Standorte in Bochum oder Herne, Castrop-Rauxel und Bottrop in Erwägung gezogen.<sup>10</sup> Nach aktuellem Stand werden die Pläne jedoch nicht weiter verfolgt, da Ikea verstärkt innerstädtische Konzepte umsetzen will.<sup>11</sup>

Somit sind durchaus regional bedeutsame Veränderungen im Möbelsegment zu erwarten. Welche der Vorhaben wirklich realisiert werden, ist nach derzeitigem Stand nur bedingt absehbar.

### 3.2 Digitale Sichtbarkeit des stationären Handels

Der Umsatzanteil des Onlinehandels wächst in den meisten Branchen weiterhin. Dabei verschwimmen die Grenzen zwischen dem „klassischen“ stationären Einzelhandel und dem Onlinehandel immer stärker. Wachstum generieren vor allem diejenigen Anbieter, die ihren Kunden alle Optionen bieten: Bestellung vom mobilen Endgerät und Abholung im Geschäft („Click & Collect“), Lieferung nach Hause, in eine Ab-

holstation oder „Impulskauf“ beim Stadtbummel. Das bequeme Wechseln der Informations- und Distributionskanäle während des Einkaufsprozesses wird zunehmend für selbstverständlich gehalten. Der Start einer „Customer Journey“, der Weg des Kunden zum Erwerb eines Produkts oder einer Dienstleistung führt längst auch über digitale Berührungspunkte („Touch Points“).

Mit diesen Veränderungen bei Kundenorientierung und Einkaufsverhalten werden sich auch Geschäftsmodelle des Einzelhandels weiterentwickeln müssen. Wenn sich damit die Standortanforderungen der Betriebe ändern, ist auch die Zukunftsperspektive von Innenstädten, Nebenzentren und Fachmarktstandorten betroffen. Längst nicht alle zentralen Versorgungsbereiche sind aufgrund ihrer strukturellen Merkmale geeignet für die sich als Folge der Digitalisierung abzeichnende Einzelhandelslandschaft. Auch sind nicht alle Shoppingcenter in der Lage, die sinkende Flächennachfrage klassischer Ankermieter – etwa der Branchen Bekleidung/Schuhe, Sport, Elektro – durch weniger online-relevante Betreiber (vor allem Lebensmittelmärkte), Gastronomie oder Dienstleister zu kompensieren.

Für die „gewachsenen“ Innenstädte kann sich die bislang häufig als Nachteil empfundene Kleinteiligkeit schon bald als Vorteil erweisen, ermöglicht sie doch auf relativ engem Raum und im besten Fall vor städtebaulich attraktiver Kulisse die Präsentation zahlreicher Sortimente und Marken. Auf dieses Prinzip setzen durchaus erfolgreich auch „Factory Outlet-Center“. Allerdings wird Passanten- und letztlich Kundenfrequenz der Maßstab für einen erfolgreichen stationären Handelsstandort bleiben, für den sich Mieter finden und in dessen Attraktivität investiert wird.

Wenn die Orientierung des Kunden vor dem Einkauf und letztlich die Entscheidung für ein Einkaufsziel zunehmend über die Recherche auf einem digitalen Endgerät (Mobiltelefon, Tablet) fällt, ist es für alle Anbieter wichtig, dabei auch gefunden und für relevant gehalten zu werden. Längst geht digitale „Sichtbarkeit“ über die automatisch generierte Visitenkarte von Google My Business hinaus, die Basisinformationen zum Geschäft und weiterführende Links bietet. Für die meisten Filia-

<sup>10</sup> Quelle: Westdeutsche Allgemeine Zeitung: <http://www.derwesten.de/staedte/bochum/ikea-baut-20-neue-hauser-vier-davon-in-nordrhein-westfalen-id11557537.html>, 11.02.2016

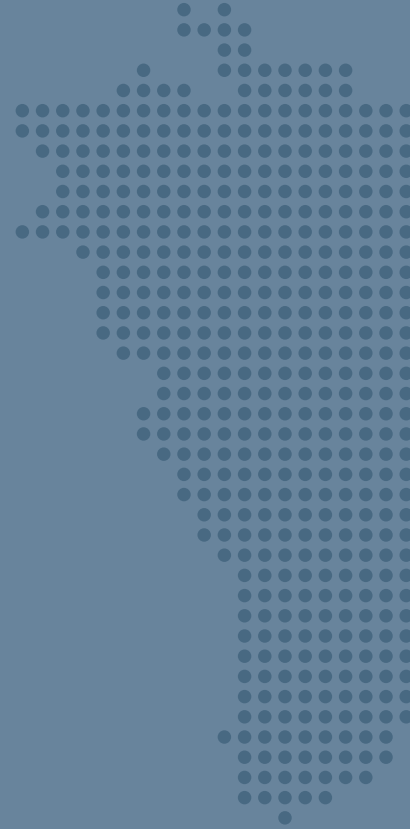
<sup>11</sup> Quelle: Westdeutsche Allgemeine Zeitung: <https://www.waz.de/staedte/bottrop/der-schwedische-moebelriese-ikea-kommt-nicht-nach-bottrop-id213918461.html>, 04.04.2018

listen, Kauf- und Warenhäuser gehören komfortable Onlineshops mit Merkmalen wie Click&Collect und einer Verfügbarkeitsanzeige einzelner Artikel inzwischen zum Standard. Kleinere inhabergeführte Anbieter können dabei jedoch meist nicht mithalten, vor allem weil sie nicht über ein digitales Warenwirtschaftssystem verfügen.

Vor diesem Hintergrund haben sich zuletzt lokale und regionale Onlineplattformen gebildet, die unter einer einheitlichen Oberfläche allen Anbietern aus Handel, Dienstleistung und Gastronomie eine von vielen allein nicht leistbare „Sichtbarkeit“ ermöglichen. Es wird abzuwarten sein, ob und unter welchen Voraussetzungen solche Plattformen dauerhaft erfolgreich sein können. Erste Studien haben ergeben, dass zwar die erhofften Umsatzsteigerungen meist noch nicht nachweisbar sind, durchaus aber ein erhöhter Bekanntheitsgrad erzielt werden kann.

Ein Blick auf das Ruhrgebiet zeigt, dass sich lokale oder (teil-) regionale Onlinemarktplätze noch nicht durchgesetzt haben. Entsprechende Initiativen beispielsweise in Dortmund, Bochum oder Hamm bilden bislang nur einen sehr geringen Teil der Angebotsstrukturen ab.





## 4 Anhang – Zahlen und Fakten



## Verkaufsflächen „650+“ nach kreisfreien Städten / Kreisen im Vergleich 2009 / 18

IHK Bezirk	Verkaufsfläche 2018		
	m <sup>2</sup> absolut	m <sup>2</sup> je Einwohner gesamt	m <sup>2</sup> je Einwohner NuG
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.592.368	1,25	0,30
IHK zu Essen	1.179.035	1,22	0,28
IHK Mittleres Ruhrgebiet	846.592	1,26	0,26
IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	1.164.213	1,17	0,31
IHK zu Dortmund	1.407.911	1,21	0,33
Südwestfälische IHK zu Hagen	858.601	1,11	0,31
<b>Gesamt</b>	<b>7.048.720</b>	<b>1,21</b>	<b>0,30</b>

Kreis	Verkaufsfläche 2018		
	m <sup>2</sup> absolut	m <sup>2</sup> je Einwohner gesamt	m <sup>2</sup> je Einwohner NuG
SK Bochum	469.463	1,29	0,24
SK Bottrop	151.020	1,29	0,20
SK Dortmund	666.497	1,14	0,32
SK Duisburg	474.135	0,95	0,28
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	371.964	1,14	0,31
SK Essen	618.844	1,06	0,27
SK Gelsenkirchen	217.725	0,83	0,23
SK Hagen	215.298	1,15	0,25
SK Hamm	236.021	1,31	0,32
SK Herne	153.419	0,98	0,29
LK Kleve	491.144	1,58	0,34
LK Märkischer Kreis	495.049	1,19	0,34
SK Mülheim an der Ruhr	229.805	1,34	0,29
SK Oberhausen	330.386	1,56	0,29
LK Recklinghausen	795.468	1,29	0,36
LK Unna	505.393	1,28	0,35
LK Wesel	627.089	1,36	0,29
<b>Gesamt</b>	<b>7.048.720</b>	<b>1,21</b>	<b>0,30</b>

## Verkaufsflächen „650+“ nach kreisfreien Städten / Kreisen im Vergleich 2009 / 2018

IHK Bezirk	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+ (m <sup>2</sup> )			
	2009	2018	Veränderung		2009	2018	Veränderung		2009	2018	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.272.147	1.270.280	-1.867	-0,1 %	868	893	25	2,9 %	1.528.008	1.592.368	64.360	4,2 %
IHK zu Essen	959.377	965.735	6.358	0,7 %	587	603	16	2,7 %	1.138.234	1.179.035	40.801	3,6 %
IHK Mittleres Ruhrgebiet	697.137	673.353	-23.784	-3,4 %	367	384	17	4,6 %	782.901	846.592	63.691	8,1 %
IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	1.012.041	995.011	-17.030	-1,7 %	600	634	34	5,7 %	1.150.673	1.164.213	13.540	1,2 %
IHK zu Dortmund	1.178.675	1.159.684	-18.991	-1,6 %	685	742	57	8,3 %	1.309.563	1.407.911	98.348	7,5 %
Südwestfälische IHK zu Hagen	805.992	775.725	-30.267	-3,8 %	433	456	23	5,3 %	846.325	858.601	12.276	1,5 %
<b>Gesamt</b>	<b>5.925.369</b>	<b>5.839.788</b>	<b>-85.581</b>	<b>-1,4 %</b>	<b>3.540</b>	<b>3.712</b>	<b>172</b>	<b>4,9 %</b>	<b>6.755.704</b>	<b>7.048.720</b>	<b>293.016</b>	<b>4,3 %</b>

Kreis	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+ (m <sup>2</sup> )			
	2009	2018	Veränderung		2009	2018	Veränderung		2009	2018	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
SK Bochum	376.414	364.894	-11.520	-3,1 %	207	209	2	1,0 %	461.619	469.463	7.844	1,7 %
SK Bottrop	117.332	117.246	-86	-0,1 %	57	58	1	1,8 %	156.857	151.020	-5.837	-3,7 %
SK Dortmund	581.817	585.535	3.718	0,6 %	325	349	24	7,4 %	655.167	666.497	11.330	1,7 %
SK Duisburg	492.469	498.057	5.588	1,1 %	260	276	16	6,2 %	471.406	474.135	2.729	0,6 %
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	334.175	325.131	-9.044	-2,7 %	183	197	14	7,7 %	340.691	371.964	31.273	9,2 %
SK Essen	577.190	582.659	5.469	0,9 %	326	333	7	2,1 %	595.591	618.844	23.253	3,9 %
SK Gelsenkirchen	260.612	261.003	391	0,2 %	118	132	14	11,9 %	213.248	217.725	4.477	2,1 %
SK Hagen	190.825	187.440	-3.385	-1,8 %	115	113	-2	-1,7 %	234.160	215.298	-18.862	-8,1 %
SK Hamm	181.989	179.516	-2.473	-1,4 %	110	117	7	6,4 %	182.783	236.021	53.238	29,1 %
SK Herne	166.136	157.124	-9.012	-5,4 %	62	75	13	21,0 %	111.708	153.419	41.711	37,3 %
LK Kleve	308.440	310.918	2.487	0,8 %	258	274	16	6,2 %	445.810	491.144	45.334	10,2 %
LK Märkischer Kreis	435.579	414.489	-21.090	-4,8 %	233	246	13	5,6 %	481.048	495.049	14.001	2,9 %
SK Mülheim an der Ruhr	167.517	171.182	3.665	2,2 %	102	106	4	3,9 %	221.964	229.805	7.841	3,5 %
SK Oberhausen	214.670	211.894	-2.776	-1,3 %	159	164	5	3,1 %	320.679	330.386	9.707	3,0 %
LK Recklinghausen	634.097	616.762	-17.335	-2,7 %	425	444	19	4,5 %	780.568	795.468	14.900	1,9 %
LK Unna	414.869	394.633	-20.236	-4,9 %	250	276	26	10,4 %	471.613	505.393	33.780	7,2 %
LK Wesel	471.238	461.305	-9.933	-2,1 %	350	343	-7	-2,0 %	610.792	627.089	16.297	2,7 %
<b>Gesamt</b>	<b>5.925.369</b>	<b>5.839.788</b>	<b>-85.581</b>	<b>-1,4 %</b>	<b>3.540</b>	<b>3.712</b>	<b>172</b>	<b>4,9 %</b>	<b>6.755.704</b>	<b>7.048.720</b>	<b>293.016</b>	<b>4,3 %</b>

## Verkaufsflächen „650+“ nach Kommunen

Kommune	Verkaufsfläche 2018			Kommune	Verkaufsfläche 2018		
	m <sup>2</sup> absolut	m <sup>2</sup> je Einwohner gesamt	m <sup>2</sup> je Einwohner NuG		m <sup>2</sup> absolut	m <sup>2</sup> je Einwohner gesamt	m <sup>2</sup> je Einwohner NuG
Alpen	11.680	0,92	0,22	Kerken	11.440	0,92	0,51
Altena, Stadt	7.230	0,42	0,21	Kevelaer, Stadt	55.328	1,96	0,24
Balve, Stadt	4.249	0,37	0,28	Kierspe, Stadt	18.370	1,13	0,38
Bedburg-Hau	30.267	2,32	0,31	Kleve, Stadt	97.855	1,92	0,45
Bergkamen, Stadt	60.996	1,25	0,28	Kranenburg	7.469	0,71	0,33
Bochum, Stadt	469.463	1,29	0,24	Lüdenscheid, Stadt	118.378	1,61	0,37
Bönen	8.850	0,49	0,45	Lünen, Stadt	96.868	1,12	0,35
Bottrop, Stadt	151.020	1,29	0,20	Marl, Stadt	114.919	1,37	0,39
Breckerfeld, Stadt	3.560	0,40	0,40	Meinerzhagen, Stadt	17.716	0,86	0,34
Castrop-Rauxel, Stadt	87.800	1,19	0,36	Menden (Sauerland), Stadt	79.047	1,49	0,34
Datteln, Stadt	44.517	1,29	0,31	Moers, Stadt	155.028	1,49	0,27
Dinslaken, Stadt	82.873	1,23	0,24	Mülheim an der Ruhr, Stadt	229.805	1,34	0,29
Dorsten, Stadt	163.109	2,17	0,46	Nachrodt-Wiblingwerde	4.220	0,64	0,33
Dortmund, Stadt	666.497	1,14	0,32	Neuenrade, Stadt	12.280	1,03	0,25
Duisburg, Stadt	474.135	0,95	0,28	Neukirchen-Vluyn, Stadt	28.994	1,07	0,27
Ennepetal, Stadt	31.510	1,05	0,29	Oberhausen, Stadt	330.386	1,56	0,29
Emmerich am Rhein, Stadt	30.268	0,98	0,32	Oer-Erkenschwick, Stadt	27.390	0,87	0,50
Essen, Stadt	618.844	1,06	0,27	Plettenberg, Stadt	34.380	1,35	0,48
Fröndenberg/Ruhr, Stadt	8.519	0,41	0,30	Recklinghausen, Stadt	152.569	1,34	0,31
Geldern, Stadt	63.303	1,87	0,36	Rees, Stadt	49.689	2,36	0,27
Gelsenkirchen, Stadt	217.725	0,83	0,23	Rheinberg, Stadt	29.259	0,94	0,37
Gevelsberg, Stadt	25.991	0,84	0,39	Rheurdt	3.520	0,53	0,10
Gladbeck, Stadt	77.553	1,02	0,29	Schalksmühle	4.205	0,40	0,40
Goch, Stadt	82.583	2,44	0,36	Schermbek	5.505	0,40	0,21
Hagen, Stadt	215.298	1,15	0,25	Schwelm, Stadt	45.299	1,59	0,33
Haltern am See, Stadt	47.261	1,25	0,42	Schwerte, Stadt	65.814	1,41	0,33
Halver, Stadt	21.280	1,32	0,35	Selm, Stadt	27.132	1,05	0,39
Hamm, Stadt	236.021	1,31	0,32	Sonsbeck	14.740	1,68	0,67
Hamminkeln, Stadt	35.780	1,34	0,41	Sprockhövel, Stadt	16.860	0,68	0,31
Hattingen, Stadt	52.318	0,96	0,21	Straelen, Stadt	26.590	1,66	0,33
Herdecke, Stadt	13.415	0,59	0,31	Uedem	4.339	0,53	0,45
Hemer, Stadt	32.990	0,97	0,30	Unna, Stadt	110.535	1,93	0,31
Herne, Stadt	153.419	0,98	0,29	Voerde (Niederrhein), Stadt	51.775	1,43	0,34
Herscheid	2.125	0,30	0,30	Wachtendonk	3.180	0,39	0,31
Herten, Stadt	60.467	0,98	0,32	Waltrip, Stadt	19.883	0,68	0,28
Holzwickede	19.150	1,12	0,45	Weeze	7.219	0,65	0,24
Hünxe	8.278	0,61	0,31	Werdohl, Stadt	10.529	0,59	0,27
Iserlohn, Stadt	128.050	1,38	0,33	Werne, Stadt	32.173	1,07	0,37
Issum	6.586	0,55	0,37	Wesel, Stadt	102.067	1,68	0,26
Kalkar, Stadt	11.508	0,83	0,30	Wetter (Ruhr), Stadt	11.619	0,42	0,30
Kamen, Stadt	75.356	1,73	0,37	Witten, Stadt	171.392	1,77	0,33
Kamp-Lintfort, Stadt	54.190	1,45	0,20	Xanten, Stadt	46.920	2,17	0,45
				<b>Gesamt</b>	<b>7.048.720</b>	<b>1,21</b>	<b>0,30</b>



## Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Größenklassen

Größenklassen Betriebe (Anzahl)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 – 800	absolut	308	230	138	258	260	175	1.369
	relativ	22,5 %	16,8 %	10,1 %	18,8 %	19,0 %	12,8 %	100,0 %
> 800 – 1.500	absolut	347	242	144	222	276	156	1.387
	relativ	25,0 %	17,4 %	10,4 %	16,0 %	19,9 %	11,2 %	100,0 %
> 1.500 – 5.000	absolut	178	90	66	110	151	92	687
	relativ	25,9 %	13,1 %	9,6 %	16,0 %	22,0 %	13,4 %	100,0 %
> 5.000 – 10.000	absolut	47	27	22	33	39	23	191
	relativ	24,6 %	14,1 %	11,5 %	17,3 %	20,4 %	12,0 %	100,0 %
> 10.000	absolut	13	14	14	11	16	10	78
	relativ	16,7 %	17,9 %	17,9 %	14,1 %	20,5 %	12,8 %	100,0 %
<b>Gesamt</b>	<b>absolut</b>	<b>893</b>	<b>603</b>	<b>384</b>	<b>634</b>	<b>742</b>	<b>456</b>	<b>3.712</b>
	<b>relativ</b>	<b>24,1 %</b>	<b>16,2 %</b>	<b>10,3 %</b>	<b>17,1 %</b>	<b>20,0 %</b>	<b>12,3 %</b>	<b>100,0 %</b>

Größenklassen Betriebe (m <sup>2</sup> )		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 – 800	absolut	225.092	169.123	102.240	190.218	192.714	128.737	1.008.124
	relativ	22,3 %	16,8 %	10,1 %	18,9 %	19,1 %	12,8 %	100,0 %
> 800 – 1.500	absolut	368.715	263.967	151.917	237.851	301.598	166.795	1.490.843
	relativ	24,7 %	17,7 %	10,2 %	16,0 %	20,2 %	11,2 %	100,0 %
> 1.500 – 5.000	absolut	480.372	247.754	184.016	316.040	366.741	256.933	1.851.856
	relativ	25,9 %	13,4 %	9,9 %	17,1 %	19,8 %	13,9 %	100,0 %
> 5.000 – 10.000	absolut	330.519	205.799	148.469	238.118	272.838	167.336	1.363.079
	relativ	24,2 %	15,1 %	10,9 %	17,5 %	20,0 %	12,3 %	100,0 %
> 10.000	absolut	187.670	292.392	259.950	181.986	274.020	138.800	1.334.818
	relativ	14,1 %	21,9 %	19,5 %	13,6 %	20,5 %	10,4 %	100,0 %
<b>Gesamt</b>	<b>absolut</b>	<b>1.592.368</b>	<b>1.179.035</b>	<b>846.592</b>	<b>1.164.213</b>	<b>1.407.911</b>	<b>858.601</b>	<b>7.048.720</b>
	<b>relativ</b>	<b>22,6 %</b>	<b>16,7 %</b>	<b>12,0 %</b>	<b>16,5 %</b>	<b>20,0 %</b>	<b>12,2 %</b>	<b>100,0 %</b>

## Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Sortimentsschwerpunkten

Sortimentsschwerpunkt (Anzahl Betriebe)		Nieder- rheinische IHK Duisburg- Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfäli- sche IHK zu Hagen	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	absolut	408	297	190	327	358	235	1.815
	relativ	22,5 %	16,4 %	10,5 %	18,0 %	19,7 %	12,9 %	100,0 %
Bekleidung	absolut	77	64	37	47	72	45	342
	relativ	22,5 %	18,7 %	10,8 %	13,7 %	21,1 %	13,2 %	100,0 %
Baumarkt	absolut	94	35	33	56	48	38	304
	relativ	30,9 %	11,5%	10,9 %	18,4 %	15,8 %	12,5 %	100,0 %
Möbel	absolut	91	49	34	48	61	30	313
	relativ	29,1 %	15,7 %	10,9 %	15,3 %	19,4 %	9,6 %	100,0 %
Unterhaltungs- elektronik	absolut	15	10	6	9	14	10	64
	relativ	23,4 %	15,6 %	9,4 %	14,1 %	21,9 %	15,6 %	100,0 %
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	52	39	25	30	48	31	225
	relativ	23,1 %	17,3 %	11,1 %	13,3 %	21,3 %	13,8 %	100,0 %
Sonstige	absolut	156	109	59	117	141	67	649
	relativ	24,0 %	16,8 %	9,1 %	18,0 %	21,7 %	10,3 %	100,0 %
<b>Gesamt</b>	<b>absolut</b>	<b>893</b>	<b>603</b>	<b>384</b>	<b>634</b>	<b>742</b>	<b>456</b>	<b>3.712</b>
	<b>relativ</b>	<b>24,1 %</b>	<b>16,2 %</b>	<b>10,3 %</b>	<b>17,1 %</b>	<b>20,0 %</b>	<b>12,3 %</b>	<b>100,0 %</b>

Sortimentsschwerpunkt (m <sup>2</sup> )		Nieder- rheinische IHK Duisburg- Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfäli- sche IHK zu Hagen	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	absolut	493.714	333.852	254.530	383.939	447.433	307.135	2.220.603
	relativ	22,2 %	15,0 %	11,5 %	17,3 %	20,1 %	13,8 %	100,0 %
Bekleidung	absolut	102.165	134.602	76.169	82.098	117.590	72.569	585.193
	relativ	17,5 %	23,0 %	13,0 %	14,0 %	20,1 %	12,4 %	100,0 %
Baumarkt	absolut	380.298	164.043	161.502	232.443	203.447	195.785	1.337.518
	relativ	28,4 %	12,3 %	12,1 %	17,4 %	15,2 %	14,6 %	100,0 %
Möbel	absolut	230.569	216.528	195.797	210.115	240.123	113.289	1.206.421
	relativ	19,1 %	17,9 %	16,2 %	17,4 %	19,9 %	9,4 %	100,0 %
Unterhaltungs- elektronik	absolut	38.791	31.844	20.570	22.966	36.710	23.654	174.535
	relativ	22,2 %	18,2 %	11,8 %	13,2 %	21,0 %	13,6 %	100,0 %
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	94.233	133.142	46.894	37.832	105.457	46.958	464.516
	relativ	20,3 %	28,7 %	10,1 %	8,1 %	22,7 %	10,1 %	100,0 %
Sonstige	absolut	252.598	165.024	91.130	194.820	257.151	99.211	1.059.934
	relativ	23,8 %	15,6 %	8,6 %	18,4 %	24,3 %	9,4 %	100,0 %
<b>Gesamt</b>	<b>absolut</b>	<b>1.592.368</b>	<b>1.179.035</b>	<b>846.592</b>	<b>1.164.213</b>	<b>1.407.911</b>	<b>858.601</b>	<b>7.048.720</b>
	<b>relativ</b>	<b>22,6 %</b>	<b>16,7 %</b>	<b>12,0 %</b>	<b>16,5 %</b>	<b>20,0 %</b>	<b>12,2 %</b>	<b>100,0 %</b>

## Einkaufszentren im Untersuchungsgebiet ab ca. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nach Größe

Name	Adresse	PLZ/Stadt	Anzahl Geschäfte	Größe in m <sup>2</sup> (ca.)	Ankermieter
CentrO	Promenade 70	46047 Oberhausen	162	89.500	Kaufhof, SiNN, Saturn, C&A, H&M, dm, Thalia, Intersport Voswinkel, Deichmann, Esprit, Zara, Hallhuber, Theo Wormland, New Yorker, Peek & Cloppenburg
Rhein-Ruhr-Zentrum	Humboldtring 13	45472 Mülheim	149	72.300	Karstadt, Peek & Cloppenburg, Saturn, Boecker, C&A, H&M, HEMA, Voswinkel Schuhe, dm, Tengelmann, Thalia, Depot, Anson's, Runner's Point, Deichmann
Limbecker Platz	Limbecker Platz	45127 Essen	147	70.000	Karstadt, Karstadt Sport, C&A, Saturn, H&M, REWE, dm, Roland, Kämpgen, Thalia, Esprit, New Yorker, Runner's Point
Ruhr-Park	Am Einkaufszentrum	44791 Bochum	121	69.700	Karstadt, SiNN, C&A, MediaMarkt, Kaufland, Intersport Voswinkel, H&M, Deichmann, New Yorker, dm, Esprit, Theo Wormland, Douglas, Baltz, Toys "R" Us, Zara
FORUM	Königstraße 48	47051 Duisburg	60	57.000	Karstadt, Saturn, C&A, H&M, The Sting, Mayersche, dm, Deichmann, Reno, New Yorker
Thier-Galerie	Westenhellweg 102 – 106	44137 Dortmund	126	28.500	Primark, H&M, Intersport Voswinkel, Deichmann, Esprit, New Yorker, REWE, Depot, dm
Bero-Center	Concordiastraße 32	46049 Oberhausen	44	28.000	Kaufland, Aldi, dm, Intersport Bechtel, Kodi, Deichmann, BabyOne
Palais Vest	Löhrhof 5	45657 Recklinghausen	120	27.800	Kaufland, H&M, C&A, Media Markt, Reserved, Thalia, Toys "R" Us, dm, Esprit, Olymp & Hades
Forum-City	Hans-Böckler-Platz 1h	45468 Mülheim	64	27.500	H&M, C&A, Medimax, EDEKA, Aldi, Thalia, dm, Deichmann, TK Maxx
Volme-Galerie	Friedrich-Ebert-Platz 1	58095 Hagen	48	26.000	SiNN, H&M, New Yorker, Spiele Max, misterlady
Stern-Center	Wilhelmstraße 33	58511 Lüdenscheid	100	25.000	H&M, C&A, Saturn, REWE, Drogerie Müller, Esprit, Intersport Voswinkel, Deichmann, Thalia, dm
Marler Stern	Bergstraße 228	45768 Marl	50	25.000	Adler, C&A, H&M, Saturn, Takko, dm, Askania, Deichmann
Rathaus-Galerie Hagen	Mittelstraße 20	58095 Hagen	70	22.000	Saturn, Zara, Esprit, Rossmann, Deichmann, REWE
Rathaus Galerie	Porscheplatz 25a	45127 Essen	34	22.000	real, Olymp & Hades, dm, Decathlon, Adler, WE Store
Neutor Galerie	Neutorplatz	46537 Dinslaken	85	22.000	C&A, ten Have, H&M, Kult, McPaper, dm, expert
Mercator-Center	Berliner Straße 90	47138 Duisburg	10	22.000	Adler, real, Toys "R" Us, Roller, dm
Allee-Center	Richard-Matthaei-Platz 1	59065 Hamm	90	21.000	Saturn, H&M, C&A, Peek & Cloppenburg, REWE, Intersport Voswinkel, dm, Thalia, Deichmann, New Yorker
EOC	Hoffmannallee	47533 Kleve	23	21.000	Edeka, Intersport, Boecker, Aldi, dm, Takko, Deichmann, Kodi
Rodenberg-Center	Rodenbergstraße 23	44287 Dortmund	20	20.000	REWE, Aldi (Abriß / Neubau), dm, Takko, Kik, Deichmann
Allee-Center Altenessen	Altenessener Straße 411	45329 Essen	52	20.000	Kaufland, TK Maxx, H&M, dm, Deichmann, Thalia
Königsgalerie	Kuhstraße 33	47051 Duisburg	27	20.000	H&M, Intersport Voswinkel, dm, Depot
Drehscheibe / City-Point	Kortumstraße 89	44787 Bochum	43	18.100	REWE, H&M, Esprit, Kik, Woolworth, dm
Uni-Center Querenburg	Querenburger Höhe 280	44801 Bochum	20	18.000	REWE – Ihr Kaufpark, Netto, Rossmann, Jeans Fritz
Sterkrader Tor	Bahnhofstraße 80 – 84	46145 Oberhausen	18	15.000	EDEKA, Aldi, C&A, Kik, Takko, dm, Futterhaus, ATU, Shoe4You
Mercaden Dorsten	Westwall 61	46282 Dorsten	24	12.500	Kaufland, Drogerie Müller, S1, CCC Shoes & Bags, Depot
StadtGalerie Witten	Hammerstraße 9 – 11	58452 Witten	30	12.500	Saturn, H&M, C&A, Deichmann, New Yorker, Kult, Intertoys
Widumer Platz	Widumer Tor 1	44575 Castrop-Rauxel	12	12.300	Kaufland, C&A, Deichmann, TEDI
Reschop Carré	Reschop Carré – Platz 1	45525 Hattingen	22	11.500	Saturn, H&M, C&A, Deichmann, Takko, dm, Kodi, Depot
Große Voede	Castroper Straße 201 – 210	44791 Bochum	8	11.300	Aldi, Edeka, Rossmann, Takko, Uni Polster
Bahnhofs-Center	Bahnhofsvorplatz 5	45879 Gelsenkirchen	13	10.200	Kaufpark, dm, Nanu-Nana
WEZ Westfalen Einkaufszentrum	Bornstraße 160	44145 Dortmund	17	10.000	Kaufland, Aldi, dm, Woolworth, Takko, Deichmann
Viktoria Karree (in Planung)	Viktoriastraße 8 – 10	44787 Bochum	keine Angabe	10.000	keine Angabe; geplante Eröffnung 2021
Gertrudis-Center Wattenscheid	Alter Markt 1	44866 Bochum	19	9.000	Kaufland, Rossmann, Takko, Kik, Deichmann, TEDI
StadtGalerie Datteln	Neumarkt 5	45711 Datteln	19	8.500	C&A, REWE, dm, Depot, Deichmann, Gerry Weber
EK 3 Einkaufszentrum Kamp-Lintfort	Moerser Straße 290	47475 Kamp-Lintfort	14	8.500	Kaufland, Expert, Rossmann, My Shoes
Ruhrtal Center	Carl-Bönnhoff-Straße 1	58300 Wetter	18	8.000	Kaufland, C&A, Rossmann, Deichmann, Kik
Rhein-Center	Hinter dem Schinken	46446 Emmerich	10	6.500	REWE, C&A, Kik
Mühlencenter	Mühlenstraße 1	58313 Herdecke	5	5.500	Lidl, dm, Kaufpark
Grafschafter Passage	Hombberger Straße 20 – 22	47443 Moers	13	5.000	Saturn, Rossmann

Name	Adresse	PLZ/Stadt	Anzahl Geschäfte	Größe in m <sup>2</sup> (ca.)	Ankermieter
Medio-Center	Elsa-Brandström-Straße 3	58675 Hemer	7	5.000	C&A, dm, Action, Takko, Lidl, K&K Schuhe
City-Center (aktuell: Revitalisierung)	Bahnhofstraße 7	44623 Herne	keine Angabe	rd. 5.000	Woolworth, New Yorker; wird aktuell umgebaut und modernisiert
Neue Mitte	Hagsche Straße 28	47533 Kleve	12	4.900	Saturn
Rathaus Center	Rautenstrauchstraße 55	59075 Hamm	8	4.800	REWE, dm, Lidl, Deichmann, Kik



## Definitionen der Betriebsformen<sup>6</sup>

### Fachgeschäft

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst) anbietet. Fachgeschäfte werden in vielen Fällen noch von ihren Inhabern geführt, die Betriebsform wird aber auch von Filialunternehmen genutzt. Vom Fachmarkt unterscheidet sich das Fachgeschäft vor allem durch sein Bedienungssystem und das Preisniveau, vom Kaufhaus durch seine Größe.

### Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche oder einer bestimmten Bedarfsgruppe. Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv (bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau) in übersichtlicher Warenpräsentation angeboten.

Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden oder Dienstleistungsbetriebe. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.

### Kaufhaus

Das Kaufhaus ist ein größeres Einzelhandelsgeschäft, das Waren aus mehreren Branchen anbietet, davon mindestens aus einer in tiefer Gliederung. Bedienung und Beratung gehören ebenfalls zum Leistungsumfang und können auf Kundenwunsch abgerufen werden. Die Ware wird überwiegend in Vor- und Freiwahl präsentiert.

### Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m<sup>2</sup> Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der Amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup>, ähnlich bei Panelinstituten (so z. B. bei Nielsen). Die BBE Handelsberatung GmbH geht von einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 3.000 m<sup>2</sup> aus und beziffert den Flächenanteil für Nonfood-Artikel auf 20 – 30 %, ihren Umsatzanteil auf 10 – 15 %. Das EuroHandelsinstitut hat keine Obergrenze für die Verkaufsfläche in absoluten Quadratmeterzahlen festgelegt.

### Lebensmittel-Discountmarkt

Beim Lebensmittel-Discountmarkt handelt es sich um eine spezielle Variante des Discounters, bei dem der Nonfood-Umsatzanteil begrenzt bleibt (bei etwa 10 – 13 %). Der Schwerpunkt liegt beim Trockensortiment, ergänzt um Getränke und ein Frischesortiment (Obst, Gemüse, Fleisch und Milchprodukte). Die Betriebsgrößen liegen meist zwischen ca. 400 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Charakteristisch für diesen Betriebstyp ist ein spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 800 bei Harddiscountern wie Aldi, ca. 1.700 bei Soft- und Markendiscountern wie Lidl und bis zu 3.600 bei Netto). Seit 2005 lässt sich ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments beobachten. Charakteristisch für diesen Betriebstyp ist das Fehlen von Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, zudem fallen Lebensmittel-Discounters durch eine preisaggressive und werbeintensive Strategie auf. Die Warenpräsentation erfolgt in der Regel sehr nüchtern, nur vereinzelt werden Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). Sogenannte Soft- bzw. Markendiscouter verfolgen das Discount-Konzept weniger strikt als Harddiscouter.

<sup>12</sup> Vgl. gif – Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V., Definitionen zur Einzelhandelsanalyse 2014



### Verbrauchermarkt

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Das EHI zählt ab 2008 Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup> und einem Sortiment, in dem sowohl Artikel aus dem Bereich Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) als auch aus dem Bereich Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs) geführt werden, als „Großer Supermarkt“ und nicht mehr als Verbrauchermarkt. Die BBE Handelsberatung GmbH gibt die Verkaufsfläche mit 1.500 bis 5.000 m<sup>2</sup> an. Ab einer Verkaufsfläche von ca. 5.000 m<sup>2</sup> findet ein Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus statt.

### SB-Warenhaus

Ein Selbstbedienungswarenhaus (SB-Warenhaus) ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik anbietet. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der Amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 m<sup>2</sup>, nach der Abgrenzung des Euro-Handelsinstituts bei mindestens 4.000 m<sup>2</sup>, nach Panelinstituten bei mindestens 5.000 m<sup>2</sup>. Auch die BBE Handelsberatung setzt 5.000 m<sup>2</sup> als Untergrenze an.

### Warenhaus

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und mittlerem bis hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet.

### Einkaufszentrum / Shoppingcenter

Als „Einkaufszentrum“ (Shopping-Center) gilt eine als Einheit geplante und entwickelte Ansammlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, die von einem gemeinsamen Management geleitet und von den Konsumenten als zusammengehörig empfunden wird. Die Eigentümer und Träger von solchen Zentren sind bestrebt, das äußere Erscheinungsbild und die Marketingstrategie durch ein zentrales Management (Center Management) zu gestalten.

## Impressum

### IHK-Handelsreport Ruhr 2018

Herausgegeben von den Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet

Dortmund, im Oktober 2018

Redaktion:  
Industrie- und Handelskammer zu Dortmund  
Märkische Straße 120  
44141 Dortmund  
[www.dortmund.ihk24.de](http://www.dortmund.ihk24.de)

Umsetzung: cantaloo GmbH, Duisburg

Konzept und Kartenmaterial:  
BBE Handelsberatung GmbH, Köln

#### Fotos:

S. 01 © iStock | S. 03 © Fuse – thinkstock.de | S. 04 © EpicStockMedia – thinkstock.de | S. 21 © Digital Vision – thinkstock.de | S. 24 © Peter M. Fisher/Fuse, Denis Raev – thinkstock.de | S.27 © Wavebreakmedia Ltd – gettyimages.de | S. 28 © Fuse, Vstock LLC – think-stock.de | S. 28 © Ivanko\_Brnjakovic – gettyimages.de | S. 36 © LuminaStock – thinkstock.de | S. 38 © DmitrijsDmitrijevs – thinkstock.de | S. 39 © Fotodesign Holzhauser – thinkstock.de

Nachdruck und Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Herausgeber.



## Ansprechpartner in den Industrie- und Handelskammern

### **Niederrheinische Industrie- und Handelskammer Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg**

Mercatorstraße 22-24  
47051 Duisburg  
[www.ihk-niederrhein.de](http://www.ihk-niederrhein.de)

Michael Rüscher  
Tel.: 0203 2821-267  
Fax: 0203 285349-366  
E-Mail: [ruescher@niederrhein.ihk.de](mailto:ruescher@niederrhein.ihk.de)

### **Industrie- und Handelskammer zu Essen**

Am Waldthausenpark 2  
45127 Essen  
[www.essen.ihk24.de](http://www.essen.ihk24.de)

Guido Zakrzewski  
Tel.: 0201 1892-220  
Fax: 0201 1892-172  
E-Mail: [guido.zakrzewski@essen.ihk.de](mailto:guido.zakrzewski@essen.ihk.de)

### **Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet**

Ostring 30-32  
44787 Bochum  
[www.bochum.ihk.de](http://www.bochum.ihk.de)

Stefan Postert  
Tel.: 0234 9113-135 oder -136  
Fax: 0234 9113-335 oder -235  
E-Mail: [postert@bochum.ihk.de](mailto:postert@bochum.ihk.de)

### **Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen**

Rathausplatz 7  
45894 Gelsenkirchen  
[www.ihk-nordwestfalen.de](http://www.ihk-nordwestfalen.de)

Christian Paasche  
Tel.: 0209 388-116  
Fax: 0209 388-81116  
E-Mail: [paasche@ihk-nordwestfalen.de](mailto:paasche@ihk-nordwestfalen.de)

### **Industrie- und Handelskammer zu Dortmund**

Märkische Straße 120  
44141 Dortmund  
[www.dortmund.ihk24.de](http://www.dortmund.ihk24.de)

Ulf Wollrath  
Tel.: 0231 5417-280  
Fax: 0231 5417-105  
E-Mail: [u.wollrath@dortmund.ihk.de](mailto:u.wollrath@dortmund.ihk.de)

### **Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen**

Bahnhofstraße 18  
58095 Hagen  
[www.sihk.de](http://www.sihk.de)

Stephanie Erben  
Tel.: 02331 390-277  
Fax: 02331 390-270  
E-Mail: [erben@hagen.ihk.de](mailto:erben@hagen.ihk.de)